



**HAL**  
open science

# Évolution et nouveaux enjeux communicationnels des parcs zoologiques : quid de leurs valeurs et de leurs positionnements ? Analyse du message de conservation porté par trois parcs français au XXI<sup>e</sup> siècle

Pauline Coulomb

## ► To cite this version:

Pauline Coulomb. Évolution et nouveaux enjeux communicationnels des parcs zoologiques : quid de leurs valeurs et de leurs positionnements ? Analyse du message de conservation porté par trois parcs français au XXI<sup>e</sup> siècle. Sciences de l'information et de la communication. 2015. dumas-01228412

**HAL Id: dumas-01228412**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01228412>**

Submitted on 7 Dec 2015

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



**ÉVOLUTION ET NOUVEAUX ENJEUX COMMUNICATIONNELS  
DES PARCS ZOOLOGIQUES:  
QUID DE LEURS VALEURS ET POSITIONNEMENT(S) ?**

-

**ANALYSE DU MESSAGE DE CONSERVATION PORTÉ PAR 3  
PARCS FRANÇAIS AU XXI<sup>IÈME</sup> SIÈCLE**

**Pauline  
COULOMB**

Sous la direction de Ludovic MAGGIONI

Maître de stage : Lucie DERUSSÉ

UFR LLASIC  
Département Communication

---

Mémoire de Master 2 professionnel  
Communication scientifique et technique

Année universitaire 2014-2015

## REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier chaleureusement l'équipe d'Urban Nomad, Laurence Paoli, Lucie Derussé et Fabienne Griffon, pour leur accueil chaleureux et leurs conseils précieux. Leur temps et leur confiance ont été des aides importantes au quotidien tant dans la réalisation de mes missions de stage que celle de ce mémoire.

De plus, je tiens à remercier les équipes du Bioparc de Doué-la-Fontaine et du Parc et Château de Thoiry ainsi que toutes les personnes rencontrées lors des différents tournages. Le premier pour m'avoir fait découvrir cet univers pour la première fois, et tout particulièrement Peggy Lavergne pour son temps et sa passion. Le second pour cette expérience enrichissante tant personnellement que professionnellement qui m'a permis de me rendre compte de la réalité du travail sur le terrain.

Un grand merci également à mon tuteur pédagogique, Ludovic Maggioni, qui a su m'écouter et répondre à mes questions pour l'élaboration de ce travail universitaire. Sa patience et ses conseils m'ont été d'une grande aide.

Je tiens aussi à exprimer ma reconnaissance envers l'équipe enseignante du Master Communication scientifique et technique ainsi que la promotion 2014-2015 qui m'ont conforté dans mon choix d'orientation et ont fait de ces deux dernières années une formidable expérience à la fois professionnelle et personnelle.

Enfin, un grand merci à mes proches pour leurs relectures et leur soutien tout au long de ce travail.

### DÉCLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : ...COULOMB.....

PRENOM : ...PAULINE.....

DATE : ...30/08./15.....

SIGNATURE :





## SOMMAIRE

INTRODUCTION .....	6
<b>CHAPITRE 1.</b>	
<b>L'ÉVOLUTION DES PARCS ZOOLOGIQUES EN FRANCE: MISE EN CONTEXTE .....</b>	<b>8</b>
1. LA CAPTIVITÉ: SYMBOLE DE POUVOIR, OBJET DE DIVERTISSEMENT .....	9
2. LA CRISE DU MILIEU DU XX <sup>ÈME</sup> SIÈCLE .....	14
3. UN ÉTAT DES LIEUX ACTUEL .....	18
CONCLUSION DU CHAPITRE 1.....	22
<b>CHAPITRE 2.</b>	
<b>VERS UNE COMMUNICATION CORPORATE ? .....</b>	<b>24</b>
4. LE BIOPARC DE DOUÉ-LA-FONTAINE: UN OUTIL POUR LA CONSERVATION .....	27
5. LE ZOO PARC DE BEAUVAL: ENTRE PROMENADE ET PARC TOURISTIQUE.....	32
6. LE ZOO D'AMNÉVILLE: DES IDÉES ENVERS ET CONTRE TOUT .....	37
CONCLUSION DU CHAPITRE 2.....	41
<b>CHAPITRE 3.</b>	
<b>UN MESSAGE FRAGILE, UNE AMBIGUÏTE DE POSITIONNEMENT .....</b>	<b>43</b>
7. LIEUX DE DIVERTISSEMENT: LES PARCS ZOOLOGIQUES DESCENDENT DES FOIRES .....	44
8. LIEUX D'EXPOSITION: LES PARCS ZOOLOGIQUES DESCENDENT DES MUSÉES .....	46
9. LIEUX D'ÉDUCATION: LA VOCATION SCIENTIFIQUE DES PARCS ZOOLOGIQUES.....	51
CONCLUSION DU CHAPITRE 3.....	54
CONCLUSION .....	56

## INTRODUCTION

La location de pandas par le ZooParc de Beauval en janvier 2012 et la réouverture du Parc zoologique de Vincennes en avril 2014, après plus de cinq ans de fermeture, ont participé à faire renaître un engouement pour les parcs zoologiques. Ces dernières années en France, les zoos ont fait preuve de créativité pour proposer sans cesse de nouvelles expériences afin de combler leurs publics. Malgré un contexte de crise économique, on dénombre aujourd'hui environ 20 millions de visiteurs par an, répartis entre la centaine de parcs français (MORRIER, 2015). Pourtant, ces structures n'ont jamais fait face à autant d'exigences de la part des visiteurs mais également d'associations ou de scientifiques. En effet, l'histoire des parcs animaliers et des valeurs qu'ils véhiculent a été mouvementée et nombreux sont ceux qui ont dû se renouveler sous peine de devoir fermer leurs portes (ABEGG et JOULIAN, 2008).

Bien que les animaux sauvages fascinent l'Homme depuis des millénaires, leur détention n'a cessé d'être remise en question au fil de l'Histoire. D'abord privilège des rois puis de l'aristocratie, la bourgeoisie et les gens du peuple ont petit-à-petit réussi à se les approprier. Or, les conditions d'acquisition et de détentions des animaux ainsi que leur utilité ont régulièrement indigné la société, obligeant les détenteurs à justifier telles pratiques. Démonstration de pouvoir, de domination sur la nature ou simple divertissement, les arguments sont nombreux et variés. Cependant, il en est un que l'on retrouve depuis l'époque des rois de France: la science. Alors que savoir rimait avec pouvoir, étudier des animaux vivants plutôt que des peaux ou dépouilles abîmées était un luxe que seuls les plus riches pouvaient permettre aux savants. Puis, au cours de l'histoire, l'évolution des mœurs de la société n'a pas été sans conséquence sur celle des jardins zoologiques. Elle a permis des changements profonds à la fois dans les méthodes d'acquisition des animaux, dans leurs conditions de vie en captivité mais également dans les justifications et les statuts de ces lieux. Les valeurs véhiculées ont donc évolué au fil des époques, en parallèle des attentes de la société.

Aujourd'hui, la centaine de parcs animaliers français est constituée en grande majorité d'établissements privés. Ce positionnement pose chacun d'eux dans une situation particulière: alors que tous sont perçus comme un ensemble par le public (rien ne ressemble plus à un zoo qu'un autre zoo) et qu'ils travaillent en coopération pour maintenir une diversité génétique viable en captivité, leur statut privé les met *a contrario* en concurrence les uns par rapport aux autres et des logiques commerciales apparaissent alors. Le constat de cette ambiguïté découle notamment du stage que j'ai effectué au sein d'Urban Nomad, un cabinet de conseil en communication spécialisé dans les sciences de la vie et de la terre détenant une place particulière dans la communauté des parcs zoologiques. Il s'agit en effet de la seule entreprise n'étant pas un parc zoologique invitée aux assemblées de l'Association française des parcs zoologiques et aquariums (AFdPZ) et de l'Association européenne des parcs zoologiques et aquariums (EAZA). Elle détient de surcroît un droit de regard à la commission Communication de cette dernière. Cette position extérieure m'a permis de prendre du recul suite à plusieurs expériences en parc animalier et de me poser la question du positionnement actuel de ces structures ainsi que de la manière dont chacun tente de s'approprier des valeurs similaires. En effet, il me semble qu'il existe aujourd'hui une volonté d'harmonisation des valeurs véhiculées par les parcs zoologiques. Cette volonté est le fruit du travail des associations regroupant les parcs animaliers au niveau national et

international. On peut alors se demander pourquoi l'évolution de ces structures les poussent à vouloir unifier les valeurs transmises? La concurrence entre chaque établissement ne mène-t-elle pas à des différences d'appropriation de ces valeurs, préconisées notamment par l'Association mondiale des parcs zoologiques et aquariums (WAZA)? Enfin, le statut actuel des zoos, entre coopération et concurrence, ne provoque-t-il pas des ambiguïtés de positionnement?

Pour tenter de répondre à la problématique de ce mémoire, nous reviendrons dans une première partie sur l'histoire des parcs animaliers et les différentes étapes qui les ont menés à véhiculer les valeurs actuelles d'éducation, de recherche et de divertissement. Cela nous permettra de mieux comprendre le contexte dans lequel ils évoluent aujourd'hui ainsi que l'intérêt et les enjeux de ces nouvelles valeurs. Dans une seconde partie, nous analyserons comment trois parcs animaliers français<sup>1</sup> s'approprient en 2015 le discours de conservation préconisé par la WAZA. Nous verrons si l'objectif d'une communication corporate fixé par l'association se retrouve au travers des discours et des valeurs véhiculées par chacun de ces trois parcs. Enfin, une troisième partie nous permettra, grâce aux analyses menées en deuxième partie et mon expérience au sein d'Urban Nomad, de réfléchir quant au positionnement actuel des parcs animaliers.

---

<sup>1</sup> Le Bioparc de Doué-la-Fontaine, le ZooParc de Beauval et le Parc zoologique d'Amnéville

## CHAPITRE 1.

### L'ÉVOLUTION DES PARCS ZOOLOGIQUES EN FRANCE: MISE EN CONTEXTE

Le terme de *zoo* est l'abréviation de *jardin zoologique*, expression utilisée en Angleterre ("*zoological garden*")<sup>2</sup> pour faire la distinction entre les lieux où sont cultivées et étudiées les plantes, jardins botaniques, et ceux où les animaux sont étudiés, jardins zoologiques. Bien qu'il ait mis du temps à s'installer, notamment en France où le terme "*ménagerie*" était ancré, celui de *zoo* a rapidement fait le tour de l'Europe et marque une réelle transition des cabinets de curiosité et ménageries vers les parcs zoologiques modernes.

D'après le dictionnaire Larousse (LAROUSSE, 2006), un *Jardin zoologique* désigne aujourd'hui un "parc où se trouvent rassemblés des animaux sauvages en captivité ou en semi-liberté". La définition englobe donc un grand nombre de structures très différentes les unes des autres, c'est pourquoi il est régulièrement précisé que sont comptabilisés comme parcs animaliers en France ceux faisant partie de l'EAZA. Cependant, cette définition met en avant deux notions intéressantes dans la définition des jardins auxquels nous nous intéressons: la captivité et la semi-liberté. La première est primordiale et joue un rôle important dans ce que sont désormais les parcs zoologiques. Depuis des millénaires, l'Homme n'a en effet cessé de vouloir domestiquer ou enfermer des animaux. Alors que certains animaux ont été domestiqués, la captivité fait référence exclusivement à l'enfermement des animaux sauvages, spécialité des jardins zoologiques. Au fil du temps, c'est également cette notion de captivité qui a posé question et dérangé la société occidentale. Plusieurs débats ont eu lieu et permis de créer des réglementations claires et strictes pour prendre en compte à la fois le bien-être animal et la sécurité des visiteurs. Parallèlement, la notion de semi-liberté est elle aussi une marque de cette évolution liée à la taille des enclos et au changement de la relation entre l'homme et l'animal. Pourtant, ces deux notions restent des sujets sensibles: actuellement, la moindre maladresse de communication peut raviver le débat autour de l'utilité réelle des zoos et fragiliser la confiance de la société vis-à-vis de ces espaces. Plusieurs événements récents, que nous aborderons dans cette partie, ont d'ailleurs prouvé que l'intégrité de ces structures était toujours sujet à questions.

Pour comprendre le contexte dans lequel évoluent désormais les parcs zoologiques et comment les valeurs véhiculées actuellement ont été mises en place, il est important de comprendre comment l'évolution de la société et de ses mœurs a influencé les débats autour de la détention d'animaux sauvages au fil des siècles.

---

<sup>2</sup> GAY Pierre, *Des zoos pour quoi faire? Pour une nouvelle philosophie de la conservation*, Paris, Delachaux et Niestlé, 2005, p. 14

## 1. LA CAPTIVITÉ: SYMBOLE DE POUVOIR, OBJET DE DIVERTISSEMENT

### 1.1. DE L'ANTIQUITÉ À LA RÉVOLUTION FRANÇAISE: L'AVÈNEMENT DES MÉNAGERIES

L'animal sauvage a toujours fasciné l'Homme, et comme toute chose qui fascine l'Homme, été objet de convoitise. Pouvoir posséder ce qui ne l'est pas et dominer la nature ont été pendant longtemps preuves de supériorité aux yeux du peuple et des contrées rivales. Ainsi il y a 3 500 ans, la reine Hatchepsout de Thèbes l'Égyptienne se faisait construire le plus vieux zoo actuellement connu. Plus tard, dans la Rome Antique, les plus riches paraient leurs jardins d'oiseaux ou de gibiers afin d'épater leurs invités et organisaient des combats de fauves face à des condamnés à mort ou à des gladiateurs. Ces détentions étant nombreuses et les reproductions inexistantes, c'est pourquoi certains auteurs écrivent que déjà à la fin de l'Empire Romain, les lions se faisaient rares en Afrique du Nord, les éléphants en Afrique et les ours en Europe.<sup>3</sup>

À cette époque, les animaux sauvages étaient convoités, les animaux exotiques<sup>4</sup> encore peu connus. Déjà pourtant, les fauves émerveillaient par leur beauté, leur puissance et leur férocité. Source de fascination et d'appréhension, on comprend alors qu'ils soient rapidement devenus des symboles de richesse et de pouvoir. Ainsi, entre le XIII<sup>ème</sup> et le XVI<sup>ème</sup> siècle, il était fréquent de s'offrir, dans l'aristocratie, des animaux sauvages tels des lions, des éléphants ou encore des phoques. Enfermés la plupart du temps, ces animaux étaient utilisés pour parader aux côtés de leurs détenteurs et impressionner toujours plus le peuple, les invités ou les opposants. Certains allaient même au-delà du simple défilé comme le montre l'exemple de l'ambassadeur du Portugal qui entra à Rome en 1514 précédé d'un éléphant... recouvert d'or<sup>5</sup> !

En parallèle, on retrouve également lié à la détention d'animaux sauvages, la notion de divertissement. De la Rome Antique à l'époque des rois, le peuple s'est montré friand de combats impliquant individus d'une même espèce, individus d'espèces différentes voire des animaux face à des hommes. La violence de ces "spectacles" était extrême mais l'animal sauvage était gage d'extraordinaire et de contemplation. Ils permettaient de lancer des défis, de comparer les forces, d'établir des classements. De plus, les personnes capables de sacrifier des animaux lors de ces combats étaient bien souvent des personnes de haut rang asseyant, par ce message, leur richesse et se faisant bien voir du peuple.<sup>6</sup>

Le XVI<sup>ème</sup> siècle marque une première évolution dans l'histoire de la captivité d'animaux sauvages. Alors que se les offrir entre grandes puissances est toujours de coutume, un désir de collection du vivant est né en parallèle<sup>7</sup>. Animaux mais aussi plantes et hommes étaient

---

<sup>3</sup> GAY Pierre, *Des zoos pour quoi faire? Pour une nouvelle philosophie de la conservation*, Paris, Delachaux et Niestlé, 2005, p. 8

<sup>4</sup> On distingue les animaux sauvages des animaux exotiques. Les premiers sont dits "sauvages" par opposition à domestiqués. Les seconds font référence à des animaux venus de loin, souvent ramenés par les explorateurs.

<sup>5</sup> GAY Pierre, *Des zoos pour quoi faire? Pour une nouvelle philosophie de la conservation*, Paris, Delachaux et Niestlé, 2005, p. 10

<sup>6</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", pp. 28-29

<sup>7</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", pp. 36

concernés. Cela s'explique par la combinaison de différents éléments propres à cette époque. Premièrement, c'est à cette période que les grands navigateurs comme Christophe Colomb ont commencé à voyager et aller à la découverte de contrées jusqu'alors inconnues. Afin de prouver leurs découvertes et d'éveiller la curiosité de l'élite, ils ramenaient de leurs voyages différents ustensiles utilisés dans la vie quotidienne, pour la chasse ou la guerre. C'est ainsi que sont nés les cabinets de curiosité. De là, et dans cette idée de ramener des curiosités lointaines et exotiques, des plantes mais aussi des animaux et des Hommes ont été transportés. Le second facteur expliquant cette volonté de collection est également lié au symbole de pouvoir. En effet, plus les éléments possédés sont nombreux, divers et de contrées différentes, plus ils sont rares, plus cela démontre la puissance et la richesse de leur détenteur. Le commerce des animaux sauvages est alors né (DESROUSSEAUX, 2000). Enfin, ce désir de collection né à ce moment de notre histoire est lié à un facteur d'ordre scientifique. Alors que les explorateurs ramenaient jusqu'alors des récits de voyage et faisaient naître des légendes, les savants ont éprouvé le besoin de voir de leurs propres yeux ces curiosités dont ils entendaient parler. De plus en plus, ils se sont montrés douteux des récits et ont exigé d'étudier eux-mêmes cette faune sauvage pour en assurer scientifiquement la véracité. (BARATAY, 1998)

Jusqu'au XVIII<sup>ème</sup> siècle, ce besoin de justification scientifique se retrouve dans les écrits. Buffon a, par exemple, été l'un des demandeurs les plus fervents d'observations directes de la faune sauvage. Au départ avide d'observation et de dissection pour ses recherches sur l'anatomie comparée, il est ensuite devenu de plus en plus exigeant en désirant étudier des animaux vivants. Cette exigence formulée par plusieurs scientifiques de l'époque a engendré la création des premières ménageries.<sup>8</sup> Peu de temps auparavant, c'est en réalité avec Louis XIV que sont apparues les ménageries, faisant une réelle distinction avec les présentations des fauves pour le combat. Entre 1661 et 1664, il fait ainsi construire deux bâtiments différents: le premier, un sérail, pour y enfermer les bêtes féroces et observer des combats depuis des balcons ; le second, la ménagerie, pour y présenter les animaux rares et exotiques (DESROUSSEAUX, 2000). Le terme de *ménagerie* provient du mot *mesnagier* qui désignait "celui qui savait entretenir sa maison"<sup>9</sup>. La ménagerie est donc en quelque sorte la bonne tenue d'une ferme, en l'occurrence celle du Roi Soleil (cf. figure 1). C'est également sous son règne, en 1700, que les combats d'animaux s'arrêtent à la Cour et que les fauves rejoignent les ménageries. A l'époque, les ménageries véhiculaient donc un message de richesse, de pouvoir et de savoir.



**Figure 1.** Représentation de la Ménagerie du Château de Versailles extraite d'une reconstitution 3D réalisée par les équipes du Château de Versailles. Source : <https://www.youtube.com/watch?v=c6vgyJshXp8>

<sup>8</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", pp. 85-86

<sup>9</sup> GAY Pierre, *Des zoos pour quoi faire? Pour une nouvelle philosophie de la conservation*, Paris, Delachaux et Niestlé, 2005, p. 10

En parallèle des ménageries, le XVII<sup>ème</sup> et le XVIII<sup>ème</sup> siècle sont également marqués par les montreurs ambulants, seuls individus à montrer ces animaux venus d'ailleurs au peuple. En effet, les ménageries ne sont destinées qu'à la Cour et à l'aristocratie. Bien qu'il soit arrivé que les portes s'ouvrent au peuple en l'absence du roi, le succès a été tel que la décision a été prise de ne plus ouvrir au public.

À la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle et à l'aube de la Révolution Française, les montreurs d'animaux ne se trouvent déjà plus que dans les foires, accusés par les savants de vendre uniquement du divertissement et de l'extraordinaire là où eux tentent de justifier la nécessité de détenir des animaux exotiques par des besoins scientifiques.

### **1.2. DES MÉNAGERIES AUX JARDINS ZOOLOGIQUES: VERS UNE DÉMOCRATISATION**

Depuis l'Égypte ancienne, la détention d'animaux sauvages, rares et exotiques est utilisée par les souverains pour servir d'apparat mais également d'outil de communication. En effet, les combats d'animaux sauvages étaient une manière de divertir le peuple, de lui offrir du plaisir, et de le mettre face au sort qui pourrait lui être réservé s'il venait à se rebeller. Les ménageries, dont le modèle de Versailles a été repris dans toute l'Europe, sont également une manière de démontrer à tous (aristocratie et petit peuple, en passant par la bourgeoisie) la puissance du roi puisqu'il maîtrise la nature et contient le sauvage<sup>10</sup>.

Lors de la Révolution Française, alors que la monarchie est renversée et que le peuple se bat pour abolir les privilèges, les ménageries avec tout ce qu'elles représentent sont prises pour cibles.<sup>11</sup> Elles sont en effet le reflet même de la puissance et des plaisirs réservés à la royauté et l'aristocratie puisque la majorité n'est pas ouverte ni au peuple ni même à la bourgeoisie (sauf rares exceptions). En parallèle, alors que les villes croissent et que les plus fortunés commencent à voyager, il est reproché aux ménageries de n'être que béton et artifices<sup>12</sup>.

Pourtant, en 1793 au Jardin des Plantes de Paris, ouvre la Ménagerie du Jardin des Plantes. Bien différente de celle de Versailles, cette nouvelle ménagerie a été construite afin de satisfaire les exigences des scientifiques. En effet, dans la seconde moitié du XVIII<sup>ème</sup> siècle, les scientifiques ont investi les ménageries: la majorité a alors créé des pôles scientifiques, certaines se sont même vues gérées par des savants. Installée dans un lieu d'étude et de vulgarisation, la construction de cette nouvelle ménagerie était justifiée par d'autres arguments que la parade et la démonstration de puissance. Le choix du lieu en est la preuve: le jardin royal à vocation médicinale, installé depuis 1635 en cet endroit, devient cette même année Jardin des Plantes et Muséum National d'Histoire Naturelle<sup>13</sup>. Les savants y sont donc installés depuis longtemps afin

---

<sup>10</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", pp. 67-69

<sup>11</sup> GAY Pierre, *Des zoos pour quoi faire? Pour une nouvelle philosophie de la conservation*, Paris, Delachaux et Niestlé, 2005, p. 12

<sup>12</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", pp. 205-206

<sup>13</sup> Page "Présentation" du site du Muséum national d'Histoire naturelle : [www.mnhn.fr](http://www.mnhn.fr)

d'étudier les plantes et d'y donner leurs enseignements. Bien que les arguments mis en avant à l'origine allaient dans le sens de la recherche, la véritable vocation de cette ménagerie s'est finalement avérée être d'ordre éducative. Les premiers temps, un emploi du temps a été adapté afin de n'autoriser l'accès qu'aux scientifiques, aux étudiants et aux artistes<sup>14</sup> quatre jours par semaine et de ne l'accorder au public que les trois jours restants<sup>15</sup>. Rapidement, le lieu est devenu accessible au public de manière plus fréquente et il a toujours aujourd'hui pour vocation principale l'éducation.

La transition des ménageries vers les jardins zoologiques a eu lieu au cours du XIX<sup>ème</sup> siècle. Les scientifiques ont petit à petit délaissé les ménageries: manque d'individus en groupe, mortalité trop importante pour un suivi des individus en ont été les principales causes. Un grand nombre d'entre eux se sont alors tournés vers les explorateurs afin d'aller étudier les animaux directement dans leur milieu naturel. C'est pourquoi, dès la seconde moitié du XVIII<sup>ème</sup> siècle, la plupart des ménageries puis des jardins zoologiques ont été repensés et conçus uniquement pour le visiteur.

En parallèle, l'État et les municipalités se sont progressivement désintéressées de ces établissements. Ils ont alors rapidement été repris par la bourgeoisie<sup>16</sup>. Milieu moins aisé, le seul moyen pour cette classe sociale de maintenir une trésorerie correcte dans ces espaces zoologiques a été de mettre en place deux types de sociétés. La première est la société par cotisation: rattachée principalement aux muséums et aux bibliothèques, son objectif principal était l'instruction. La seconde, celle qui a véritablement permis l'expansion des jardins zoologiques, est la société par action. La première a été créée à Bristol en 1853, il s'agit de la *West England Zoological Society*<sup>17</sup>. Ces sociétés par actions se sont développées afin de satisfaire un nouveau public: l'arrivée du repos dominical a engendré un goût nouveau pour la promenade et rendu accessible au peuple les espaces zoologiques. C'est d'ailleurs ce message qui était promu à l'époque: celui d'un bon moment de promenade et de découverte d'animaux surprenants. C'est dans ce contexte que le célèbre Carl Hagenbeck a su prendre une place importante dans le commerce des animaux sauvages et installer un nouveau mode de présentation de ceux-ci. Concernant le commerce des animaux sauvages, les années 1860 ont marqué le début des réflexions sur le pillage de la faune sauvage. Sont apparus à cette période les premières réglementations concernant l'offre d'animaux exotiques<sup>18</sup>. Carl Hagenbeck, suivant les traces de son père est rapidement devenu l'un des marchands d'animaux les plus reconnus dans le milieu au début du XIX<sup>ème</sup> siècle. En plus de cette activité, il crée en 1907 le zoo de Stellingen (Hambourg)

---

<sup>14</sup> Notons ici que les domaines de la culture et de l'économie ont également fortement été influencés par l'arrivée d'animaux exotiques sur le territoire français. Source d'inspiration pour les uns (sculpture, tableaux, chants, récits, théâtre, cinéma, etc.), réel marché existant (textile, alimentaire, etc.) pour les autres, beaucoup de domaines ont été impactés par l'évolution des parcs animaliers.

<sup>15</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", p. 121

<sup>16</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", pp. 113-114

<sup>17</sup> GAY Pierre, *Des zoos pour quoi faire? Pour une nouvelle philosophie de la conservation*, Paris, Delachaux et Niestlé, 2005, p. 14

<sup>18</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", p. 142

où il révolutionne la présentation des animaux<sup>19</sup>. Afin de limiter les cages et d'offrir des points de vue libres aux visiteurs-promeneurs, il y a créé des panoramas donnant l'impression de reconstituer des plaines sauvages (cf. figure 2). Ainsi, par un système de fossés, le visiteur pouvait croire à une continuité du paysage.



**Figure 2.** Gravure de Wilhem Kuhnert illustrant l'idée des panoramas de Carl Hagenbeck (1898)

Ce nouveau mode de présentation des animaux a été une véritable révolution pour les jardins zoologiques. En effet, alors que les voyages, la radio, la télévision et les documentaires animaliers, dont nous parlerons un peu plus tard dans ce mémoire, se sont démocratisés, les jardins zoologiques ont commencé à délivrer un message d'évasion, de retour au naturel fortement demandé par le public dès la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> LECLERC-CASSAN Maryvonne, PINON Dominique et WARMOES Isabelle, *Le Parc zoologique de Paris - Des origines à la rénovation*, Paris, Somogy éditions d'art, 2014, p.27

<sup>20</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", pp. 224-227

## 2. LA CRISE DU MILIEU DU XXÈME SIÈCLE

Alors que les jardins zoologiques sont nés de mutations profondes dans les méthodes de détention d'animaux sauvages, exotiques et/ou rares, le XX<sup>ème</sup> siècle a également participé à une nouvelle refonte des parcs animaliers. L'amélioration du niveau de vie, l'augmentation de l'instruction des citoyens, le développement des médias sont autant de facteurs qui ont engendrés des remises en question profondes et permis aux parcs animaliers de repenser leur communication.

### 2.1. UNE PERTE DE CONFIANCE TOTALE

Dans les années 1930, les jardins zoologiques nouvellement créés sont pour la plupart inspirés du modèle développé par Carl Hagenbeck à Stellingen. Les espaces sans barrière apparente plaisent aux visiteurs qui se déplacent en grand nombre. En effet, cette époque marque également le droit aux congés payés et donc la possibilité pour les citoyens d'avoir accès à plus de loisirs. En parallèle, l'ouverture des jardins zoologiques, grâce aux sociétés par action, a permis une libéralisation de l'accès à ces structures pour toutes les classes sociales. Cependant, les taux de scolarisation plus élevés et l'accès aux documentaires animaliers ainsi qu'aux voyages ont également fait prendre conscience d'abord aux scientifiques puis à la société du problème que la détention d'animaux *ex situ*<sup>21</sup> posait *in situ*<sup>22</sup>. Déjà le 19 mai 1900, une convention est signée à Londres par les puissances coloniales de l'époque, dont faisait partie la France. Intitulée *Convention sur la préservation des animaux sauvages, des oiseaux et des poissons en Afrique* ou *Convention de Londres de 1900*, elle avait pour objectif de "prévenir le massacre incontrôlé d'animaux vivant à l'état sauvage et à assurer la conservation de certaines espèces" (UICN, 2006). Bien que peu d'États aient finalement ratifiés cette convention, elle reste cependant le signe de la prise de conscience des ravages commis par l'Homme sur la faune sauvage en Afrique, il y a déjà plus d'un siècle.

Alors que des critiques se font entendre dès les années 1930 avec les progrès de l'éthologie et la sensibilité nouvelle du public quant au bien-être animal<sup>23</sup>, la fin des années 1950 atteste d'un passage à l'action de la part des groupes anti-zoos. En 1957 est par exemple créé une société protectrice des animaux captifs en Angleterre. Bien que son premier champs d'action concerne les cirques, les ménageries ambulantes existant avec les foires et les delphinariums, les parcs animaliers passent également sous surveillance. De plus, de nouveaux parcs zoologiques se créent entraînant une augmentation de la concurrence des uns par rapport aux autres. Pour rivaliser d'ingéniosité, ils se spécialisent et naissent alors les aquariums, delphinariums, vivariums, réserves ornithologiques, etc. Autant de structures qui ne sont, au début, régies que par quelques maigres législations et suscitent la curiosité des groupements anti-zoo. La société protectrice des animaux captifs a d'ailleurs mené des combats ayant entraîné la fermeture de tous les

---

<sup>21</sup> *Ex situ* signifie en dehors du milieu naturel.

<sup>22</sup> *In situ* signifie dans le milieu naturel.

<sup>23</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", p. 231

delphinariums anglais, excepté deux, dans les années 1980. Le développement des revues<sup>24</sup> a également participé à la naissance de ce mouvement citoyen en offrant aux lecteurs un espace de discussion et d'échanges d'expériences privilégié.

C'est également grâce aux médias<sup>25</sup> qu'en janvier 1974 Paul-Emile Victor, explorateur, Jean-Claude Nouët, professeur de médecine et cofondateur de la Ligue des droits de l'animal, et des représentants de WWF (*World Wide Fund*) se sont introduits dans une société vendant des animaux exotiques, Tropicanim, et y ont découverts quantités de cadavres. Le recours aux médias a permis à ces groupes de se faire entendre des citoyens français et de toucher leur sensibilité. Est alors révélé à la France le taux de mortalité extrêmement élevé de l'époque. Loin d'être impressionnée par les animaux sauvages, la population du XX<sup>ème</sup> siècle s'est *a contrario* presque liée d'amitié et éprise de pitié pour ces animaux enfermés. Ainsi, le décès, en janvier 1974 peu après l'affaire Tropicanim, d'un des deux pandas prêtés par la Chine deux mois plus tôt a de nouveau enflammé le débat. Également, en 1979, la polémique est relancé suite à un courrier de lecteur dans *Télé 7 Jours* qui dénonce la réduction de la durée de vie des orangs-outangs en captivité.<sup>26</sup>

Des ouvrages traitant de la captivité publiés à cette période ont également rencontré un franc succès. Le premier s'intitule *Avant que nature ne meurt* (1965). Il a été écrit Jean Dorst alors professeur au Muséum de Paris et déjà alarmiste quant aux dégâts causés par l'Homme sur la nature et aux solutions envisageables<sup>27</sup>. Le second ouvrage a pour titre *Les Animaux malades de l'homme* (1977). Celui-ci a été écrit par Philippe Diolé et dénonce "la mortalité due au trafic, les conditions de détention, le stress occasionné par le public, les maladies psychologiques suscitées par l'inactivité et la promiscuité"<sup>28</sup>.

Enfin, le dernier événement qui a marqué cette crise a été la mort accidentelle d'un éléphant dans un zoo à Londres. Virginia McKenna, actrice ayant tourné dans des films avec des animaux sauvages parmi lesquels cet éléphant, a été choquée par cet événement et a entrepris la création de *Born Free*. Il s'agit d'une association existant toujours et menant régulièrement des actions afin de contrôler voire dénoncer les conditions de vie des animaux de certains zoos.

Tous ces événements ont amené le public à douter des discours des parcs zoologiques, à ne plus croire en "une promenade familiale dépaystante". Nombreux sont ceux qui ne voient aujourd'hui en la captivité que la tristesse des animaux.

---

<sup>24</sup> Des revues telles que *Bêtes et Nature* ou encore *La vie des bêtes* étaient au départ pro-zoos. C'est suite à un article dans la première et à la réception de courriers qu'elles se sont aperçues de l'intérêt de leurs lecteurs pour cette thématique.

<sup>25</sup> L'action aurait été diffusée en direct sur Europe 1.

<sup>26</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", pp. 233-234

<sup>27</sup> Références de l'ouvrage : DORST Jean, *Avant que nature ne meurt*, Neufchâtel, Delachaux et Niestlé, 1965, 424 p.

<sup>28</sup> BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", pp. 233-234  
Références de l'ouvrage : DIOLE Philippe, *Les Animaux malades de l'homme*, Paris, Flammarion, 1974, 329 p.

## 2.2. VERS DE NOUVELLES MISSIONS POUR LES PARCS ZOOLOGIQUES

La montée des critiques et des actions anti-zoo a eu pour impact de changer profondément les législations et d'engendrer une réflexion sur les méthodes de procurement des animaux. Déjà dans les années 1960, l'ouverture à Jersey d'un zoo par Gérald Durrell a marqué le début d'un renouveau. En effet, il s'agissait avant tout d'un homme de télévision et d'un naturaliste, il n'est devenu dirigeant de parc qu'ultérieurement. Ce lieu, il l'a créé en hommage aux animaux sauvages et à des fins de conservation. Aujourd'hui encore, le *Durrell Wildlife Conservation Trust* est un exemple pour de nombreux parcs animaliers.

En parallèle, alors que les organisations anti-zoo commençaient à se structurer, les jardins zoologiques se sont tournés vers la même stratégie pour pouvoir mieux échanger et travailler en cohésion dans différents domaines tels que la communication et la conservation d'espèces menacées. En 1935 est ainsi née la WAZA<sup>29</sup>, *World Association of Zoos and Aquariums*, première organisation internationale à regrouper des directeurs de jardins zoologiques. À partir de 1967, elle a travaillé en lien avec l'UICN, Union Internationale pour la Conservation de la Nature. Il s'agit de la plus ancienne ONG ayant pour mission la protection de la nature<sup>30</sup>. Grâce à elle sont nées la Liste Rouge des Espèces Menacées mais également les guidelines pour l'élevage en captivité, la surveillance du respect de la Convention de Washington<sup>31</sup>, etc. Le fait qu'une organisation internationale rassemblant des parcs animaliers travaille avec une des plus grandes associations de protection de la nature a été un premier message fort. De plus, la WAZA a pour ambition de "guider, encourager et soutenir les zoos, aquariums et organisations mondiales ayant la même approche en matière de soins et de bien-être animal, d'éducation environnementale et de conservation mondiale."<sup>32</sup> Plus qu'un simple lieu de réunion, la WAZA se positionne alors comme l'organisme de référence des parcs zoologiques membres qu'elle représente sur le plan international.

Alors que ses restrictions concernant le prélèvement dans la nature se sont mises en place, les jardins zoologiques se sont organisés afin de favoriser les reproductions en captivité tout en veillant à éviter les problèmes de consanguinité. Pour cela, plusieurs outils ont vu le jour tels que ISIS, un logiciel permettant d'avoir accès à l'arbre généalogique de chaque individu captif, ou encore les EEP, programmes d'élevage européens, permettant des échanges génétiquement stratégiques d'individus entre parcs animaliers. En 1969, les dirigeants de parcs français ont exprimé leur désir de se regrouper afin de mieux réagir face aux critiques qui leur étaient faites: l'AFdPZ, Association Française des Parcs Zoologiques, a alors été créée. Enfin, l'EAZA, association européenne des parcs zoologiques et aquariums, a vu le jour en 1988. En lien avec la WAZA, celle-ci a un rôle différent de celui de l'AFdPZ. Ses objectifs premiers sont de veiller au respect de son code éthique et des programmes d'élevage européens mais également de représenter ces

---

<sup>29</sup> À sa création, elle portait le nom d'*Association des Directeurs de Jardins Zoologiques*. En 1946, elle est devenu l'*Union Internationale des Directeurs de Jardins Zoologiques* (IUDZG). Puis, en 2000, elle a finalement pris le nom qu'on lui connaît actuellement à savoir WAZA.

<sup>30</sup> L'UICN a été créée en 1948.

<sup>31</sup> La Convention de Washington, aussi appelée CITES (*Convention on International Trade in Endangered Species*), est une avancée majeure en terme de réglementation puisqu'elle régit le commerce international d'espèces sauvages et menacées en imposant des règles strictes et dépendantes du statut de conservation de l'espèce concernée.

<sup>32</sup> [www.waza.org/fr/site/a-propos-de-waza](http://www.waza.org/fr/site/a-propos-de-waza), Page consultée pour la dernière fois le 24/07/2015

structures auprès des instances européennes. Elle a aussi pour rôle de favoriser à la fois la recherche scientifique et l'éducation à l'environnement.

Au delà des parcs animaliers, les États et organisations internationales ont également mis en place des législations et conventions primordiales. Parmi les plus importantes, citons la Déclaration Universelle des Droits des Animaux proclamée par l'UNESCO en 1978, la conférence des Nations Unies sur l'Environnement<sup>33</sup> de 1992 ou encore la directive européenne de 1999 qui a été transposée dans le droit français en 2004 par l'arrêté "zoo"<sup>34</sup>. Ses décisions internationales ont notamment été induites par la signature, en 1993, de la *Stratégie mondiale des zoos pour la conservation* (WZCS) par l'EAZA. C'est ce document définissant, entre autre, le rôle des zoos et leurs nouvelles missions qui est repris dans la directive européenne et l'arrêté "zoo". Dès lors, 4 missions principales sont définies pour les zoos : la récréation, l'éducation, la recherche et la conservation. Désormais, c'est donc dans ce sens que sont amenés à communiquer les parcs animaliers afin de tenter de regagner la confiance des visiteurs.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Cette conférence porte aussi le nom de Sommet de Rio.

<sup>34</sup> Arrêté du 25 mars 2004 fixant les règles de fonctionnement et les caractéristiques générales des installations des établissements zoologiques à caractère fixe et permanent, présentant au public des spécimens vivants de la faune locale ou étrangère et relevant de la rubrique 2140 de la nomenclature des installations classées pour la protection de l'environnement.

<sup>35</sup> GAY Pierre, *Des zoos pour quoi faire? Pour une nouvelle philosophie de la conservation*, Paris, Delachaux et Niestlé, 2005, p. 196

### 3. UN ÉTAT DES LIEUX ACTUEL

Il n'existe malheureusement que très peu de littérature concernant le positionnement actuel des parcs animaliers. Cependant, j'ai pu me rendre compte au travers de mon stage que les parcs animaliers semblaient bénéficier, ces dernières années, d'un regain d'intérêt de la part des médias sur laquelle nous allons revenir dans cette partie. En effet, après une période de silence, certains parcs ont fait l'actualité au cours des trois dernières années de manière positive. Grâce à la place occupée par les médias actuellement, cela a permis de faire renaître un engouement pour les espaces zoologiques et d'entrer dans un nouveau cercle vertueux: les parcs zoologiques font l'actualité, les médias s'y intéressent plus, le public s'intéresse aux reportages et articles sur cette thématique, les médias continuent donc de solliciter les parcs animaliers, ils gagnent ainsi en visibilité et proposent de nouveaux sujets intéressants les médias et le public, etc.

Pourtant, la crise du milieu du XX<sup>ème</sup> siècle est encore très présente dans les esprits, autant du côté des visiteurs que du côté des jardins zoologiques. La WAZA l'exprime par exemple clairement dans la *Stratégie mondiale de Conservation pour la faune et la flore* (WAZA, 2005). Afin d'éviter une nouvelle crise, ce document revient chapitre par chapitre sur les missions actuelles des parcs zoologiques et place la conservation au cœur de celles-ci. Parmi les différentes thématiques abordées, un chapitre entier est consacré à la communication, au marketing et aux relations publiques (cf. annexe 1). La citation des groupes anti-zoos comme devant être pris en compte dans les stratégies de communication est une marque des traces laissées par la crise que nous avons étudiée dans le paragraphe précédent :

*"Les zoos et aquariums devraient utiliser tous les médias de communication à disposition et reconnaître que tout le personnel et tous les bénévoles doivent être correctement informés, [...]. Il est également recommandé que les zoos et aquariums impliquent des groupes et des personnes anti-zoos dans le débat et fassent preuve de clarté et de transparence dans toutes leurs activités. [...] Une stratégie de communication solide et intégrée tient un rôle important dans le développement des zoos et aquariums en tant qu'organismes actifs et efficaces pour la conservation."*<sup>36</sup>

#### 3.1. UN REGAIN D'INTÉRÊT POUR LES PARCS ZOOLOGIQUES

Après la crise, les parcs zoologiques ont su se structurer pour faire face aux critiques. De nouveaux arguments tels que la création de parcs zoologiques par des particuliers passionnés<sup>37</sup>, la mise en avant des nouvelles réglementations ou encore la prise de conscience quant au besoin de conservation ont petit-à-petit commencé à faire taire les critiques. Sans aller jusqu'à parler d'une confiance entièrement retrouvée de la part du public, on peut cependant constater que des événements récents ont permis d'aborder dans les médias des messages de fond nouveaux dont les visiteurs n'avaient jusqu'alors pas connaissance.

---

<sup>36</sup> WAZA, *Construire un avenir pour la faune et la flore - La Stratégie Mondiale de Conservation des Zoos et Aquariums*, 2005, p. 61

<sup>37</sup> Les sociétés par action se font de plus en plus rares.

Ainsi, en 2012, l'acquisition de pandas par le ZooParc de Beauval a permis de mettre en évidence le fait que les échanges d'animaux ne sont plus de l'ordre du don entre puissances mais qu'ils sont désormais réglementés et à des fins de conservation. Cette information reprise par l'agence France presse (AFP) a permis d'aborder le sujet dans un grand nombre de médias:

*"Il [M. Delord, directeur du ZooParc de Beauval] a précisé que les pandas prêtés aujourd'hui par la Chine n'étaient plus des "cadeaux" comme les deux offerts au début des années 1970 au président Georges Pompidou par Pékin et dont Yen Yen était le dernier survivant.*

*Le texte signé samedi est un "accord de coopération dans le domaine de la recherche et de la protection des pandas géants".<sup>38</sup>*

En 2014, c'est la réouverture du Parc zoologique de Paris, anciennement rebaptisé par le public Zoo de Vincennes, qui a permis de parler des changements profonds ayant eu lieu dans le domaine des parcs animaliers au cours du dernier siècle. Après 5 ans de fermeture pour rénovation, ce zoo public rattaché au Muséum national d'Histoire naturelle était en effet attendu pour être le symbole du virage pris par les parcs zoologiques. De nombreux articles de fond ont été publiés à la suite de cet événement. Les notions de conservation, d'espace, de recherche, les nouvelles missions des parcs zoologiques ont alors été mises en avant. Malgré les déceptions engendrées par la nouvelle version du Parc zoologique de Paris<sup>39</sup>, sa réouverture aura tout de même permis de redonner du poids à l'argument scientifique dans le message délivré par les parcs animaliers.

Depuis ces événements, nombreux sont les journalistes qui s'intéressent de nouveaux aux parcs zoologiques. Naissances, attachement, prise en compte du bien-être, relations privilégiées, actions de conservation, nouvelles règles liées à l'élevage en captivité, modes de présentation des animaux, fonctionnement d'un zoo, métiers atypiques sont autant de sujets aujourd'hui abordés par les médias. Ces dernières années, suivant la mode de la télé réalité, sont nées différentes émissions comme "Zoo Nursery" où les journalistes emmènent les téléspectateurs de zoo en zoo pour découvrir comment les mères s'occupent de leurs petits, comment les soigneurs sont parfois obligés d'intervenir. "Une saison au zoo", tournée au zoo de La Flèche et diffusée sur France 4, remporte également un franc succès actuellement et permet aux téléspectateurs de découvrir l'envers du décor: de la prise en charge des animaux par les vétérinaires à la mise en place de lodges en passant par le métier de soigneur animalier. D'autres émissions comme "Les animaux de la 8" (diffusée sur D8) ou "Hélène et les animaux" (diffusée sur France 5) se tournent également de nouveau vers les parcs zoologiques.

Enfin, des émissions populaires ou des journaux télévisés sur les grandes chaînes relaient plus régulièrement certaines informations comme des naissances rares (éléphants, rhinocéros, tigres), des projets de réintroduction concernant des espèces emblématiques ou encore des nouveautés proposées au public.

---

<sup>38</sup> AFP, *Signature d'un accord pour le prêt de deux pandas à la France*, Paris, Agence France Presse, 3 décembre 2011

<sup>39</sup> Les déceptions évoquées concernent notamment l'absence de panneaux en anglais dans un zoo de capitale européenne, l'aspect très minéral de l'ensemble dû, entre autre, à la présence de nombreux enclos grillagés et vitrés.

Bien que tout cela permette de faire passer un message de transparence et d'évolution radicale des parcs animaliers, les visiteurs sont cependant beaucoup plus attentifs au bien-être des animaux qu'ils ne l'étaient au début du XX<sup>ème</sup> siècle.

### 3.2. UN MESSAGE TOUJOURS FRAGILE

À la suite d'une période de crise subie par les jardins zoologiques, le début des années 2000 a permis à ces derniers de regagner une certaine confiance de la part des visiteurs. Cependant, plusieurs événements ayant eu lieu au cours de cette période soulèvent la fragilité du message délivré et la nécessité d'une communication claire pour asseoir cette confiance nouvelle.

Le premier élément que l'on peut citer est la sortie, en septembre 2009 puis en juillet 2013, des deux films documentaires dénonçant les conditions de capture et de captivité des mammifères marins. Le premier, *The cove - La baie de la honte*, dénonce le massacre des dauphins dans la baie de Taiji (Japon), massacre induit par les aquariums qui se procurent des animaux issus de cette pêche. L'une des forces de ce premier documentaire est d'avoir été réalisé par l'acteur et créateur de la célèbre série *Flipper le dauphin*. Cela a donné une légitimité aux propos défendus. Le second, *Blackfish* (cf. figure 3), est un film documentaire réalisé à la suite de la mort d'une soigneuse attaquée par une orque dans un *Seaworld* aux États-Unis. Bien qu'il soit centré sur les conditions de détention des orques, ce film remet en cause plus largement la captivité d'animaux sauvages en avançant deux arguments : les méfaits pour l'animal, la dangerosité pour l'homme. Ces deux films reposent la question de la nécessité des parcs animaliers et du pillage de la faune sauvage. Aujourd'hui encore, des manifestations continuent d'avoir lieu pour dénoncer la détention de mammifères marins<sup>40</sup>.

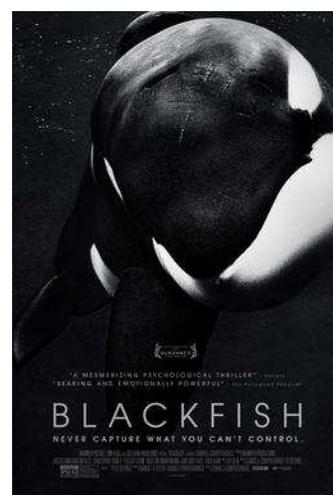


Figure 3. Affiche du film *Blackfish*, 2013

En février 2014, un autre événement a de nouveau remis en cause la transparence des parcs animaliers. Malgré des pétitions et des propositions d'acquisition par des particuliers, un girafon d'un an et demi a été euthanasié dans un zoo de Copenhague puis disséqué devant les visiteurs qui le souhaitent et enfin donné à manger aux fauves. La presse internationale s'est rapidement emparée de l'histoire et le public français<sup>41</sup> n'a pas compris cette décision. De part les rencontres que j'ai pu faire au cours de mon stage, il est apparu que cette décision avait moins choqué le public danois. Cela se retrouve par exemple dans les pétitions lancées afin d'éviter cette issue au girafon: la majorité des signataires est anglais, allemands, italiens ou d'autres nationalités

---

<sup>40</sup> À la date où se mémoire est rédigé, la dernière manifestation en France a eu lieu le 12 juillet 2015 au Marineland d'Antibes.

<sup>41</sup> Ne possédant pas les données suffisantes pour étendre ce constat, nous nous intéressons ici plus particulièrement au cas français.

mais l'on y retrouve que très peu de danois<sup>42</sup>. La différence de culture est une explication à ces réactions. Au Danemark, l'explication de l'euthanasie afin d'éviter des consanguinités a été acceptée, tout autant que la dissection en public qui a été justifiée comme un outil d'éducation pour les visiteurs. Le fait de donner à manger aux fauves un animal sain qu'ils sont susceptibles de trouver dans leur milieu naturel n'a également pas choquée la population danoise. À la suite de cet événement, ce même parc a de nouveau euthanasié quelques semaines plus tard quatre lions (deux jeunes et deux adultes) pour des raisons de comportements et gestion de population. Cela a eu pour effet direct de relancer le débat. Ces deux histoires ont révélé au public que derrière l'idéologie d'arrêt des prélèvements dans la nature, le manque de connaissance sur la gestion de populations captives entraînait parfois des décisions difficiles. Derrière un message de renouveau et de prise de conscience des dégâts engendrés, les visiteurs de parcs animaliers ont de nouveau remis en doute leur confiance envers ceux-ci.

Depuis cet événement et la gestion contestée de la communication de crise mise en place par l'EAZA<sup>43</sup>, un colloque ayant pour thème la gestion de population a eu lieu en France en février 2015. Plusieurs problématiques ont été abordées comme les solutions scientifiques existantes pour prévenir le surnombre d'individus en captivité ou traiter de la communication de crise.

---

<sup>42</sup> La pétition est accessible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.thepetitionsite.com/528/607/193/save-marius-the-giraffe-from-the-bolt-gun-now/>

<sup>43</sup> L'EAZA a pris le parti de défendre la décision prise par le zoo de Copenhague en expliquant que ce choix était le seul possible et que dans le cadre de la gestion de population, l'euthanasie faisait effectivement partie des options possibles. Or, en Europe, tous les parcs membres de l'EAZA ne considèrent pas cette option de la même manière. La réponse de l'EAZA aurait ainsi pu être plus nuancées pour éviter un nouvel amalgame.

## CONCLUSION DU CHAPITRE 1.

Tout au long de l'histoire des parcs animaliers, l'évolution de la société et de ses mœurs à jouer un rôle primordial dans le choix des valeurs véhiculées par ceux-ci. D'abord symbole de la richesse et la puissance des rois, les artistes et savants ont ensuite conquis ces espaces à l'époque où l'art et la science étaient à leurs apogées. Après la Révolution française et l'abolition des privilèges, le peuple s'est approprié ces espaces devenus alors lieux de divertissement. Enfin, alors que les préoccupations pour la santé et le bien-être de la population se sont mises en place, celle-ci a commencé à s'intéresser à la question de la condition animale, notamment en captivité. Il est devenu éthiquement inacceptable de traiter des animaux comme des objets.

Cependant, et malgré les changements radicaux qu'ils ont subi, deux justifications plus ou moins explicitement mises en avant semblent se retrouver au travers des époques.

La première est la fascination des Hommes pour les animaux sauvages et exotiques. D'abord effrayants puisqu'inconnus, ces mêmes animaux sont aujourd'hui reconnus comme étant dotés de sensibilité. Ils possèdent même un capital sympathie grandissant auprès du public. Aujourd'hui, dans le domaine des parcs animaliers et plus largement, est employée l'expression d' "espèces emblématiques". Il s'agit d'espèces pour lesquelles les visiteurs éprouvent une affection particulière parce qu'ils sont beaux, qu'ils semblent doux, fragiles, forts, impressionnants, malins, etc. Parce qu'ils procurent des émotions, des sentiments. Parmi ces espèces, citons les pandas, les petits singes tels que les saïmiris ou encore les tamarins, les fauves, les éléphants, les girafes, les rhinocéros, les petits pandas roux, les zèbres, les orang-outangs, etc. L'intérêt du public pour ces espèces emblématiques pousse les parcs à en tenir compte dans la gestion de leurs collections animalières et à y faire tout particulièrement attention dans leurs communications. L'arrivée des pandas au ZooParc de Beauval a ainsi attiré quantité de visiteurs. À l'inverse, la révélation par les médias des conditions de capture des dauphins et orques a entraîné une véritable crise dans le domaine des parcs animaliers. L'attrait certain de la société pour la faune sauvage permet aux parcs animaliers modernes de s'adresser à un public nombreux chaque année tout en prenant soin de mettre en avant le bien-être des animaux présentés.

La seconde justification qui semble perdurer au cours des siècles est le lien de ces espaces avec la science. Dans un premier temps, les savants ont voulu voir de leurs propres yeux cette faune venue d'ailleurs pour l'étudier ; d'abord physiquement puis étudier les interactions des individus d'une même espèce entre eux. Bien que l'intérêt scientifique des parcs animaliers ait été amenuisé après la Révolution française, il ressort aujourd'hui d'une manière différente. Alors qu'on pourrait assimiler la compréhension des comportements sociaux d'espèces difficilement observables dans la nature à de la recherche fondamentale, l'amélioration des conditions de vie nécessaires au bien-être des animaux et des taux de reproduction en captivité des espèces les plus menacées pourrait alors être assimilée à de la recherche appliquée. En parallèle, la naissance de la biologie de la conservation a créé une nouvelle discipline de recherche appliquée menée, entre autre, par les parcs animaliers. Agir en faveur de la conservation est par conséquent devenu une de leurs nouvelles missions principales. Ainsi, la recherche des conditions nécessaires à des réintroductions réussies et le maintien en captivité de populations en danger critique d'extinction dans leurs milieux naturels est désormais primordial. Chaque établissement est donc tenu de mettre en avant le rôle des parcs animaliers dans ce domaine.

Bien que les nouvelles missions des parcs zoologiques soient désormais entrées dans les lois françaises et européennes, ils n'ont cependant aucune obligation de communication sur ces valeurs. C'est pourquoi, en 2005, la WAZA a intégré à sa stratégie mondiale de conservation un chapitre dédié à la communication, au marketing et aux relations publiques (cf. annexe 1). Pour rappel, la WAZA est une association internationale regroupant les dirigeants de parcs zoologiques et aquariums dont les établissements répondent à des critères précis prenant notamment en compte les installations et le bien-être des animaux. Vouloir regrouper tous ces établissements autour de valeurs communes et les inciter à mettre en avant leurs nouvelles missions concorde avec l'idée d'instaurer une communication corporate entre les structures intégrant la WAZA (LIBAERT et JOHANNES, 2010). La mise en place de ce type de communication est ici assimilée à une volonté de rassemblement afin de recréer un lien de confiance entre les parcs animaliers et la société moderne. Cependant, nous pouvons nous demander comment les parcs zoologiques membres de la WAZA s'approprient les recommandations de l'institution ? Mettent-ils tous en avant les mêmes valeurs, de la même manière ? Peut-on parler de la mise en place d'une communication corporate ?

## CHAPITRE 2.

### VERS UNE COMMUNICATION CORPORATE ?

Alors que l'intérêt de la société pour les parcs zoologiques tend à renaître, celle-ci se montre toujours méfiante quant aux valeurs défendues par ces structures. Les parcs animaliers doivent en effet se montrer exemplaires afin de légitimer leur existence et de rassurer le public quant à leur bonne volonté. Ce constat fait écho à leur histoire mais également à un phénomène de société plus large. Alors que des erreurs de communication face à des situations de crise ont participé à l'instauration de ce climat de méfiance, l'évolution de leur statut juridique a également joué un rôle. En effet, à l'heure où la société manque de confiance plus généralement envers les entreprises<sup>44</sup>, la privatisation des espaces zoologiques n'a pas été un atout.

Pour tenter d'inverser cette tendance et amener à un regain de confiance de la société envers les entreprises, une nouvelle discipline communicationnelle a émergé ces dernières années: la communication corporate. L'objectif de cette nouvelle discipline est d'amener une structure à justifier son existence en mettant en avant des valeurs saines, partagées par chacun de ses salariés et parties prenantes<sup>45</sup>. L'idée est de travailler sans cesse à l'instauration d'une relation de confiance entre des clients potentiels et l'entreprise en question. (LIBAERT et JOHANNES, 2010)

Le terme de communication corporate renvoie à trois notions sous-jacentes à savoir l'identité, l'image et la réputation. L'identité d'une entreprise relève d'un discours tenu sur le long terme et définissant l'entreprise à proprement parler. Celle-ci est supposée rester la même tout au long de l'existence de la structure. Au contraire, l'image de l'entreprise peut, elle, évoluer sur le court terme. Elle est plus subjective puisqu'elle tient compte de la confiance que différentes entités accordent à la structure, d'une impression positive ou négative se dégageant de l'entreprise à un moment donné. Il faut cependant distinguer 3 types d'images : celle voulue, déclarée par l'entreprise ; celle diffusée ou projetée, émanant des différents messages transmis par ou autour de l'entreprise ; celle perçue, relatant les opinions des gens sur l'entreprise. Enfin, la réputation se distingue de l'image par le fait qu'elle reflète une relation sur le plus long terme. Tout aussi subjective que l'image, une entreprise peut avoir une bonne réputation dans l'ensemble mais une mauvaise image sur une courte durée, ou inversement.<sup>46</sup>

Alors que l'identité est propre à chaque entreprise, la WAZA a mis en place des recommandations afin de travailler sur l'image globale des parcs zoologiques et espérer ainsi leur faire acquérir une bonne réputation sur le long terme. Elle prône alors la nécessité d'une communication unitaire afin de transmettre un message cohérent, de regagner la confiance du public pour faire face à la montée des groupements anti-zoo:

---

<sup>44</sup> LIBAERT Thierry et JOHANNES Karine, *La communication corporate*, Paris, Dunod, 2010, coll. "Les Topos", p.11

<sup>45</sup> La définition de parties prenantes est proche de celle de public. Elle intègre toute fois deux idées importantes : un intérêt de celles-ci pour la structure et potentiellement une influence sur la réussite de cette structure. (LIBAERT et JOHANNES, 2010)

<sup>46</sup> LIBAERT Thierry et JOHANNES Karine, *La communication corporate*, Paris, Dunod, 2010, coll. "Les Topos", Chap. 3, pp.36-46

### **"Une vision du futur"**

*Les zoos et aquariums et leurs associations régionales et nationales deviendront extrêmement efficaces dans la communication des questions de conservation et de leur implication au niveau de la conservation. Ils deviendront mieux reconnus, comme l'une des voix les plus importantes et dignes de confiance, parlant au nom de toute la faune sauvage." (WAZA, 2005)*

Dans ses recommandations, la WAZA décline plusieurs objectifs communicationnels et donne des arguments simples à mettre en avant dans le but d'atteindre cet objectif à long terme. Bien qu'ils ne s'agissent que de recommandations et non d'obligation, elles reflètent cependant l'évolution des valeurs que nous avons étudié dans le chapitre précédent. Celles-ci se déclinent sous la forme de dix affirmations dont vous trouverez les détails en annexe 1:

- 
- 1. Les zoos et aquariums sont universels*
  - 2. Les zoos et aquariums sont des centres de conservation*
  - 3. Les zoos et aquariums aident à procéder à des changements*
  - 4. Les zoos et aquariums sont stimulants*
  - 5. Les zoos et aquariums sont responsables*
  - 6. Les zoos et aquariums s'occupent bien de leurs animaux*
  - 7. Les zoos et aquariums ont un intérêt pour les populations urbaines*
  - 8. Les zoos et aquariums ont une approche éthique*
  - 9. Les zoos et aquariums sont éducatifs*
  - 10. L'adhésion aux zoos et aquariums aide à la conservation à l'état sauvage*
- 

Une étude des outils de communication de 3 parcs zoologiques français m'a permis d'essayer de comprendre comment ceux-ci s'appropriaient les recommandations de l'institution internationale. Cette démarche a pour but d'observer quelles valeurs chacun d'eux met en avant en 2015 et comment cela joue, ou non, en faveur d'une communication corporate. Ainsi, le fait qu'ils utilisent le même discours autour de la thématique de la conservation démontrerait l'existence d'une communication corporate, d'organisation. À l'inverse, une utilisation non uniforme de la thématique proposée dans les recommandations de la WAZA apporterait de nouveaux questionnements quant au positionnement de ces structures.

Le choix des trois parcs étudiés s'est fait suivant plusieurs critères:

- Chacun d'eux est **membres des associations nationales et internationales** (AFdPZ, EAZA et WAZA). Ils sont ainsi tous soumis aux mêmes réglementations en termes de bien-être animal, de procréation, détention d'animaux sauvages et de conservation de la nature. Cette appartenance les inscrit également comme étant des parcs suivant les nouvelles missions des parcs animaliers à savoir récréation, éducation, recherche et conservation.

- Chacun d'eux est **plébiscité et reconnu par différents publics**. Ils ont été présents dans les médias de manière importante et à plusieurs reprises au cours des dernières années. Les sites spécialisés, regroupant des communautés de passionnés de parcs animaliers<sup>47</sup> en parlent

---

<sup>47</sup> Par exemple, Zoonaute.net, Actuzoo.forumactif.com, Leszoosdanslemonde.com

régulièrement et surveillent leurs actualités. Ils figurent dans le top 10 du classement 2015 des zoos et aquariums les plus plébiscités et appréciés par les voyageurs sur TripAdvisor<sup>48</sup>.

- Les parcs choisis sont **des entreprises et non des institutions publiques** qui pourraient avoir des directives de communication autres, dépendantes de ce statut.

- Les parcs choisis présentent *a priori* **des différences de présentation et/ou de discours** qu'il semblait intéressant de mettre en comparaison.

Suivant ces critères, le Bioparc de Doué-la-Fontaine (49), le Parc zoologique d'Amnéville (57) et le ZooParc de Beauval (41) ont été choisis. L'analyse portant sur les supports de communication et les valeurs véhiculées par chacun d'eux, le choix a été fait de concentrer celle-ci sur les supports auxquels le public a facilement accès. Notons ici que ces supports ne sont cependant pas forcément recherchés par le même type de public. De plus, seuls les supports comprenant du texte ont été pris en compte afin d'en faire ressortir la part liée aux recommandations de la WAZA. Pour cela, il a fallu répertorier les extraits d'énoncés de chacun des supports concordant avec chacune des 10 recommandations de la WAZA. Afin d'étudier le discours construit par chacun des parcs suivant la même méthodologie une grille d'analyse a été mise en place (cf. annexes 2, 3 et 4). Ainsi, le discours utilisé pour évoquer chacune des affirmations proposées par la WAZA ainsi qu'un aperçu de la communication globale de chacun des 3 parcs m'a permis de faire ressortir leurs valeurs et leurs positionnements.

Une brève présentation de chaque parc suivi des conclusions de l'analyse menée nous permettra de statuer sur la réalité, ou non, d'une communication unitaire voire corporate souhaitée par l'institution internationale qu'est la WAZA.

---

<sup>48</sup> <http://www.tripadvisor.fr/TravelersChoice-Attractions-cZoos-g187070> consulté pour la dernière fois le 24/07/2015.

## 4. LE BIOPARC DE DOUÉ-LA-FONTAINE: UN OUTIL POUR LA CONSERVATION

### 4.1. UNE PASSION FAMILIALE

Le Bioparc de Doué-la-Fontaine est un parc zoologique de 14 hectares creusé dans d'anciennes carrières de falun du Maine-et-Loire (49). C'est en 1961 que Louis Gay l'a créé pour assouvir sa passion des animaux. Au départ détenteur de quelques animaux exotiques, recueillis de cirques par exemple, le parc a petit-à-petit bâti son identité. Après des travaux de rénovation et d'agrandissement, son fils Pierre a continué l'aventure. Fort de ses voyages, il a donné une nouvelle dimension au parc-passion de son père en s'imprégnant de la philosophie du parc zoologique que Gérald Durrell a créé à Jersey. Ainsi, les animaux présentés au public sont passés de bêtes curieuses à "ambassadeurs de leurs cousins sauvages". Aujourd'hui, Pierre Gay est accompagné de son fils François dans la direction du "Bioparc", parc de la vie. Troisième génération à la tête du parc, ce dernier apporte également sa pierre en l'édifice en lui faisant profiter de sa formation de paysagiste et proposant de nouveaux espaces plus végétalisés aux animaux présents. (GAY, 2005)

En quelques chiffres, le Bioparc accueille aujourd'hui environ 240 000 visiteurs annuels payant 19,90€ leur entrée<sup>49</sup>. Un millions d'animaux y représentent 130 espèces dont la moitié sont menacées dans leur milieu naturel. En 2015, le parc a été plébiscité par les internautes à l'occasion de deux classements. Il se place ainsi à la quatrième position du classement Zoonaute, site web spécialisé dans l'actualité des parcs zoologiques, et second du classement *Traveller's choice 2015* de TripAdvisor, site web spécialisé dans le voyage et l'opinion des voyageurs. Il figure également parmi les zoos les plus reconnus au niveau mondial pour son engagement en matière de conservation des espèces.

### 4.2. UN ESPACE POUR LA CONSERVATION OUVERT AU PUBLIC

#### **Les supports étudiés**

Plusieurs outils de communication accessibles au public ont été mis en place: un site internet<sup>50</sup>, une page Facebook avec près de 7 000 abonnés, une brochure ainsi qu'un dossier de presse. Il existe également une newsletter et des outils disponibles sur place comme le plan du parc sur lequel figure différentes informations. Ces derniers ne sont pas pris en compte dans l'analyse puisqu'ils s'adressent spécifiquement aux visiteurs s'étant déplacés ou ayant un intérêt spécifique pour le Bioparc. Les supports étudiés s'adressent à un public plus large composé de visiteurs potentiels, de passionnés ou d'individus souhaitant avoir plus d'informations sur la structure. Il peut donc s'agir de journalistes, de familles, de touristes, d'internautes ou encore d'associations.

---

<sup>49</sup> Tarif adulte "normal". L'entrée est de 14,50€ pour les enfants de 3 à 10 ans, gratuite en dessous de 3 ans.

<sup>50</sup> [www.bioparc-zoo.fr](http://www.bioparc-zoo.fr)

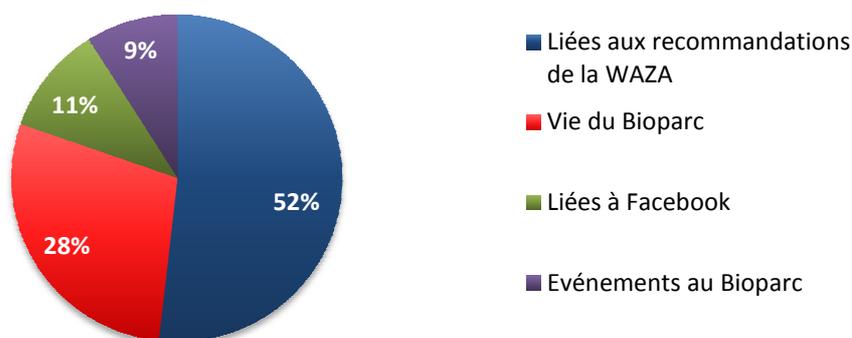
Le site internet et le dossier de presse sont très proches dans le discours émis. Dans les deux cas, il s'agit d'un discours posé et argumenté présentant le Bioparc autant dans ses actions à Doué-la-Fontaine qu'en différents endroits de la planète. La plupart des informations est donc reprise sur les deux supports avec le même ton. Le site internet permet cependant d'accéder à plus de détails concernant les espèces présentes et les Projets Nature<sup>51</sup> soutenus par l'établissement. Le Bioparc y parle d'ailleurs en son nom propre ("*notre parc*", "*nos animaux*", "*notre philosophie*", etc.) tandis qu'une tierce personne présente celui-ci dans le dossier de presse ("*Le Bioparc et la conservation*", "*le Bioparc et la sensibilisation*", "*ses actions*", etc.). Les informations et le discours étant similaires sur ces deux supports, seul le discours du dossier de presse a été analysé à l'aide de la grille. L'architecture du site internet a cependant été observée.

Concernant la brochure et la page Facebook, il est intéressant de remarquer que le public y est directement ciblé: l'instauration du vouvoiement met en place une relation plus proche entre l'entreprise et le lecteur. D'un côté, la brochure permet à un visiteur potentiel d'avoir de plus amples informations concernant le parc et sa visite. Il s'agit du seul support ayant une visée commerciale clairement affichée. De l'autre, la page Facebook a pour objectif de délivrer des informations sur le quotidien du parc et des Projets Nature.

#### **Différentes thématiques mises en avant**

Au travers de l'étude textuelle du contenu des différents supports de communication utilisés par le Bioparc, on remarque que, bien qu'il aborde l'ensemble des recommandations faites par la WAZA, il ne le fait pas de la même manière sur l'ensemble des supports (cf. annexe 2).

Premièrement, sur la page Facebook, plus de la moitié des publications évoque un des arguments proposés dans la stratégie de la WAZA, comme le montre le graphique ci-dessous (Figure 4).



**Figure 4.** Graphique présentant les thématiques abordées dans les 56 publications de la page Facebook du Bioparc de Doué-la-Fontaine entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 14 juillet 2015

De manière récurrente, ces publications portent généralement sur 3 thématiques :

---

<sup>51</sup> Il s'agit de projets de conservation soutenus par le Bioparc. Chacun d'eux a été mis en place par les populations locales et vient en aide à une espèce présente au Bioparc. Ce dernier intervient financièrement mais également humainement en proposant des formations, en accompagnant la gestion et en recherchant des solutions pour lier protection de l'écosystème concerné et amélioration des conditions de vie des populations locales.

- Des nouvelles des Projets Nature soutenus par la structure sont données. Les succès de ces projets y sont mis en avant, notamment par la citation des associations. Le Bioparc ne s'attribue pas les bonnes nouvelles et évoque seulement la durée du partenariat entre les deux structures impliquées.

*"Très bonne nouvelle depuis Sumatra, où l'association Kalaweit que nous soutenons depuis 2004, vient de relâcher 3 couples de siamangs" (07/04/2015), "Excellente nouvelle ! La fondation Bioandina, que nous soutenons depuis 2008, vient de relâcher 2 condors des Andes dans la Province San Luis d'Argentine [...] portant à 151 le nombre total de condors réintroduits par Bioandina." (23/04/2015)*

- La reproduction est mise en avant. L'angle choisi permet d'aborder la question du bien-être des animaux et de l'expertise nécessaire.

*"Ce chant en duo est un signe de la bonne entente des deux individus et un bon présage pour une reproduction future !" (05/04/2015), "Notre couple d'hippopotames pygmées s'est accouplé. Normalement séparés en raison de leurs mœurs solitaires, le mâle et la femelle sont mis en contact pendant les chaleurs. [...] détecte les chaleurs de Leah grâce aux phéromones présentes dans les urines et les crottes. Après une parade amoureuse, ils se sont accouplés dans l'eau. [...] dans le cadre de son Programme d'élevage (EEP)." (07/05/2015), "Malgré des accouplements réguliers [...] Pour trouver la cause de cet échec, nous avons effectué une échographie de ses ovaires et un examen de son appareil génital. Une telle intervention sur un rhinocéros est délicate. Binti a été facilement sédaturée, par une injection de tranquillisants dans la veine de l'oreille, grâce à l'entraînement médical pratiqué quotidiennement par les soigneurs animaliers. Elle a pu ensuite être examinée avec l'aide de confrères vétérinaires extérieurs, Romain Potier et Tatiana Loucachevski de Faune vet - Centre Hospitalier Vétérinaire Atlantia et Alexis Lécu du Parc zoologique de Paris. L'échographie a révélé que Binti souffre d'une infection gynécologique. Lorsque celle-ci sera soignée, Binti devrait pouvoir se reproduire." (03/06/15)*

- Les dates des rencontres soit directement avec les porteurs de projets soit pour parler de certains projets sont diffusées. Ainsi, les internautes ont par exemple été invités à venir rencontrer le responsable d'une association nigérienne travaillant à la sauvegarde des girafes (02/04/2015), le responsable d'une association nantaise œuvrant pour les écosystèmes d'Afrique de l'Ouest (05 et 15/05/2015), deux membres d'une ONG malgache impliqués dans la protection des lémuriers (11/06/2015) ou encore le responsable d'une association américaine travaillant sur la sauvegarde des panthères des neiges (20/06/2015).

Dans le dossier de presse, les thématiques abordées sont différentes et plus approfondies. Le vocabulaire utilisé y est plus spécialisé, mettant ainsi en avant des notions de biologie appuyant une image scientifique et responsable. Sont ainsi cités à plusieurs reprises des termes comme "biozone", "biotopie", "environnement", "écosystème", "bamboueraie", "travail scientifique de fond", "conservation", "in situ", "ex situ", "réintroduction", "programmes d'élevage" ou encore "équilibre physique et mental". Suivant cette logique de présentation d'un parc responsable, on remarque également une volonté d'asseoir l'implication de la structure à la fois au Bioparc, par sa préoccupation des animaux, du site et du public, mais également à travers le monde. Les nombreux exemples de description d'espaces végétalisés où plusieurs espèces vivent ensemble, la formation des équipes sur place, les actions mises en place pour aller vers un

site de plus en plus écologique et l'omniprésence des liens faits entre le site de 14 hectares et différentes régions du monde en sont autant de preuves. Ces liens sont par ailleurs appuyés par un discours militant fort : "*engagement militant*", "*mission de sensibilisation*", "*fondements*", "*implication*", "*actions*", "*efforts*", "*adhérer*", "*s'engager*", "*prise de conscience collective*", "*congrès*", "*forums*", "*soutien*", etc. Ces valeurs mises en avant dans le dossier de presse le sont également sur le site internet. L'aspect scientifique y ressort à travers des menus qui s'intitulent "*Espèces*", "*Approche environnementale*" ou encore "*Bureau d'étude*". L'engagement du Bioparc y est aussi fortement marqué dans les intitulés des menus : "*Philosophie*", "*Enjeux*" ou "*Notre engagement*".

Enfin, la brochure cible un public beaucoup plus précis. Le vouvoiement est également utilisé ici pour s'adresser aux lecteurs mais il ne met pas en place la même relation qu'avec les utilisateurs de Facebook. Le discours tenu sur ce support est beaucoup plus incitatif avec l'emploi de l'impératif : "*Vivez*", "*Longez et observez*", "*Rencontrez*" ou encore "*Découvrez*". Son objectif est de convaincre le lecteur de se déplacer et venir visiter le Bioparc. Cela fait alors ressortir la vocation commerciale du document<sup>52</sup>. Bien que plusieurs thématiques y soient abordées, la recommandation de la WAZA la plus suivie sur ce support est la mise en avant de l'universalité des zoos par la reproduction des habitats naturels, la proximité relative des visiteurs avec les animaux et la promesse d'un moment unique. Celle-ci est d'ailleurs soulignée à travers le choix du vocabulaire employé, faisant croire à une visite presque magique : "*Ambiances naturelles évocatrices*", "*solutions mises en œuvre*", animaux "*précieux*" "*rare et emblématiques*", moments "*exceptionnels*" "*privilegiés*" ou encore "*une expérience unique*".

### **En conclusion**

Dans l'ensemble des supports analysés, la vocation d'action du Bioparc est mise en avant. Le bien-être des animaux hébergés semble être la priorité absolue de ce parc, faisant presque passer le visiteur au second plan. Une notion de *privilège* tant d'ailleurs à en ressortir. On ne parle ici pas de *privilège* au sens de faveur, comme à l'époque médiévale, mais de *privilège* comme d'un synonyme de chance, de promesse d'un instant unique. En effet, le Bioparc se positionne comme un écrin de verdure où vivent en paix différentes espèces animales, cohabitant les unes avec les autres comme à l'état naturel. Le visiteur est alors *privilegié* de pouvoir accéder à cet écrin de verdure.

Les valeurs transmises au travers des différents supports sont de l'ordre de l'évasion, de la tranquillité, du bien-être tout en prônant une prise de conscience. En effet, concernant ce dernier point, l'accent est mis sur la vocation du Bioparc à sensibiliser les individus s'y rendant par la mise en avant permanente du lien unissant les animaux captifs visibles en cet espace aux animaux sauvages vivant dans différents écosystèmes de la planète. S'agissant de l'un des rares parcs à s'investir sur le terrain autrement que financièrement et à communiquer sur d'autres actions que celles menées par lui-même, son expérience lui accorde une légitimité supplémentaire.

*"Nos animaux sont les ambassadeurs de leurs cousins sauvages."*

(Pierre Gay, co-directeur du Bioparc)

---

<sup>52</sup> Celle-ci est aussi mise en place grâce à la présence des informations pratiques: tarifs, horaires et dates d'ouverture, événements annuels, restauration, boutique, temps de visite, etc.

Enfin, ces conclusions posent la question de la place du public voire du visiteur. Bien que les préoccupations de ceux-ci pour le bien-être des animaux grandissent, ils attendent néanmoins d'une journée au zoo de l'amusement, de l'émerveillement. Le coût de l'entrée<sup>53</sup> accroît l'exigence des visiteurs qui souhaitent effectivement voir des animaux sains, mais surtout voir des animaux. Ainsi, un des reproches entendus de la part des visiteurs moins sensibles aux aspects de conservation est que, aussi beaux soient les espaces, la quantité de végétation empêche de voir certains animaux au caractère craintif.

---

<sup>53</sup> Bien que le Bioparc soit le moins cher des trois parcs analysés, il faut tout de même compter entre 15 et 20€ par personne pour une journée.

## 5. LE ZOO PARC DE BEAUVAL: ENTRE PROMENADE ET PARC TOURISTIQUE

### 5.1. À LA RECHERCHE DE LA PRIMEUR

C'est en 1980 que le ZooParc de Beauval a ouvert ses portes. Créé par Françoise Delord, il s'agissait au départ d'un parc ornithologique accueillant déjà pas moins de 2 000 oiseaux, une concentration alors unique en France. Rapidement, le parc s'est diversifié et a commencé à accueillir fauves et primates. À la recherche d'une collection animalière toujours plus rare, le ZooParc de Beauval a été le premier en France à présenter au public tigres blancs et lions blancs. Il possède également des espèces très peu représentées dans les parcs zoologiques français comme les pandas, les okapis, les gorilles ou encore les kangourous arboricoles. Pour continuer dans ce mouvement d'initiation, il s'agit également du premier parc ayant proposé en France des spectacles d'otaries et de vols d'oiseaux.<sup>54</sup>

L'histoire du ZooParc de Beauval est aussi une histoire familiale. Françoise Delord est actuellement toujours à la tête du ZooParc et le co-dirige avec son fils, Rodolphe. Sa fille, Delphine, est quant à elle en charge de la communication et de la pédagogie de l'entreprise.

Zoo le plus visité de France, se sont chaque année environ 900 000 visiteurs qui viennent découvrir le ZooParc de Beauval dont l'entrée est de 28€<sup>55</sup>. On y découvre environ 5 700 animaux de 600 espèces différentes installés sur 30 hectares. En 2015, il est classé 2<sup>ème</sup> du classement Zoonaute, 1<sup>er</sup> du classement *Traveller's choice* de TripAdvisor. Il s'agit également d'un parc zoologique reconnu à l'international pour la diversité et la rareté des espèces présentées.

### 5.2. UN PARC À L'AMÉRICAIN

#### **Les supports étudiés**

Le ZooParc de Beauval est celui, parmi les 3 parcs étudiés, à avoir développé le plus de supports différents: site internet<sup>56</sup>, comptes sur de nombreux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest, Google+ ou encore Instagram), brochure, dossier et communiqués de presse figurent parmi les plus facilement accessibles aux divers publics. Une newsletter et des documents fournis au début de la visite existent également. Afin de pouvoir comparer les analyses propres à chaque parc, seuls le site internet, le dossier de presse, la brochure et la page Facebook ont été pris en compte. Ceux-ci s'adressent majoritairement à des visiteurs potentiels. On y met en avant les récompenses obtenues par le parc ainsi que les nouveautés et exclusivités, assurance d'une visite riche déjà approuvée par de nombreux visiteurs et professionnels du tourisme.

Le site internet et le dossier de presse reprenant également le même discours et le même ton, seule l'architecture du site et le discours du dossier ont été pris en compte. Le site internet délivre cependant des informations plus précises sur certaines des espèces présentes au ZooParc,

---

<sup>54</sup> [www.zoob Beauval.com](http://www.zoob Beauval.com)

<sup>55</sup> Tarif adulte "normal". L'entrée est de 22€ pour les enfants de 3 à 10 ans, gratuite en dessous de 3 ans.

<sup>56</sup> [www.zoob Beauval.com](http://www.zoob Beauval.com)

sur l'association Beauval Nature et les programmes supportés par celle-ci ainsi que sur la manière dont chacun peut s'investir pour l'aider financièrement.

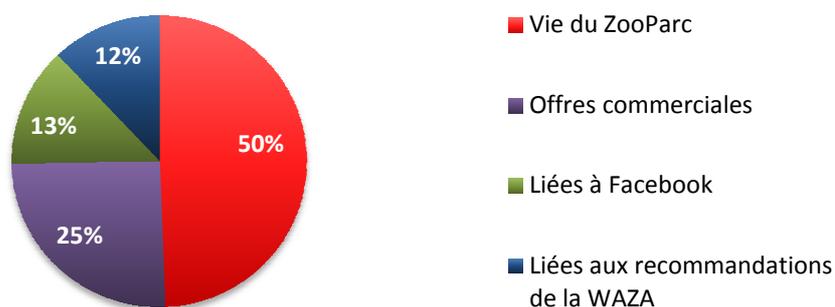
La page Facebook, aimée par 122 000 personnes, est le seul support à utiliser le vouvoiement et s'adresser ainsi directement au lecteur. Le ZooParc est un des rares parcs animaliers français à mettre l'accent sur les réseaux sociaux en investissant efficacement plusieurs d'entre eux. Il existe, notamment sur Facebook et Twitter (près de 6 500 abonnés) une véritable animation des réseaux sociaux fédérant une communauté.

Enfin, des informations concernant les hôtels du ZooParc de Beauval figurent sur la brochure, le site internet et le dossier de presse. S'agissant clairement d'une offre commerciale incitant les visiteurs à rester sur le Parc et/ou dans la région plus longtemps et n'ayant pas de lien direct avec les recommandations de la WAZA, l'analyse présentée ici ne prend pas en compte ces informations (cf. annexe 3).

### **Des thématiques qui se rejoignent**

Au travers l'ensemble des supports étudiés, on remarque que la grande majorité des recommandations de la WAZA sont abordées. Cependant, la question éthique n'est par exemple jamais abordée dans ceux-ci.

Dans un premier temps, l'analyse du contenu de la page Facebook révèle que seuls 12% des publications de la période étudiée évoquent une des recommandations de la WAZA (cf. figure 5). En revanche, la moitié met en avant la vie du ZooParc en souhaitant les anniversaires des animaux hébergés ou en postant des photos des spectacles. Il est intéressant de remarquer que la quasi totalité des publications faisant état du vol de 17 petits singes en mai dernier a été classée dans cette catégorie<sup>57</sup>. En effet, seule une publication pose le contexte des programmes d'élevage, de la rareté des animaux volés et fait un lien avec les nouveaux animaux de compagnie (NAC): "*Ces rarissimes ouistitis font partie de programmes de conservation mondiaux, ils sont fragiles et en voie de disparition*" (12/05/15). Les autres publications relatent la mobilisation des internautes sur les réseaux sociaux.



**Figure 5.** Graphique représentant les thématiques abordées dans les 83 publications de la page Facebook du ZooParc de Beauval entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 14 juillet 2015

<sup>57</sup> Dans la nuit du 9 au 10 mai 2015, 10 ouistitis argentés et 7 tamarins lions ont été volés au ZooParc de Beauval. Le mode opératoire a laissé supposer que les cambrioleurs étaient connaisseurs des deux espèces et du fonctionnement du ZooParc. Cet événement a beaucoup été relayé sur les réseaux sociaux, notamment sur Twitter où les hashtags #rendezlessinges et #rendezlespetitssinges ont été Top Tweet France dans la journée du 10 mai 2015.

En s'intéressant plus particulièrement aux publications relatives aux recommandations de la WAZA, on note la récurrence de deux thématiques.

- Des nouvelles des programmes financés par le ZooParc via l'association Beauval Nature sont données. Tout comme le Bioparc, seul le soutien de la structure envers les programmes est évoqué. Deux différences sont cependant à noter: la durée du soutien n'est pas mise en avant et le nom des programmes n'est pas cité. Ceux-ci sont en effet, pour la plupart, mis en place et gérés sur place par le ZooParc lui-même.

*"Le programme dédié au gypaète barbu et soutenu par Beauval Nature nous adresse de bonnes nouvelles." (08/01/15), "Excellente nouvelle en provenance du programme de conservation dédié aux gypaètes barbues, soutenu par Beauval Nature" (10/04/15), "Demain, attachez vos ceintures... Embarquement immédiat direction Djibouti !" (21/04/15)*

- Les événements ayant pour but de récolter des fonds pour l'association Beauval Nature y sont annoncés.

*"Samedi 14 février, la Maison de la Conservation rouvre ses volets !" (09/02/15), "Un invité de marque est attendu à Beauval ! Fervent défenseur de la nature et d'un primate en particulier, il nous honorera de sa présence le 9 mai prochain..." (30/04/15), "Rejoignez-nous le 3 mai 2015 pour fêter la naissance de Shango. Les bénéficiaires des ventes de cette journée seront réservés à l'association "Save the rhino"." (17/04/15).*

Dans le dossier de presse de l'établissement, les thématiques de la conservation et du bien-être des animaux sont mises en avant par un optimisme certain présent tout au long du document: *"les otaries "à la retraite" résident toujours à Beauval, bichonnées [...]" (p.5), "confortant une démarche très active en terme d'environnement" (p.9), "les visiteurs sont certains d'admirer des bébés animaux" (p.13), "une formidable action pour le sauver", "les soigneurs de la nurserie prennent soin d'eux" (p.13), "un événement national, mais surtout un engagement encore plus fort" (p.21) ou encore "l'insémination réussie [...] dessine un bel espoir pour la conservation d'une espèce emblématique" (p.13). Ces termes donnent l'impression que chaque action entreprise par les équipes du ZooParc est une réussite, tant dans l'attention portée aux visiteurs, qu'aux animaux en passant par le site lui-même. Le ZooParc de Beauval se positionne alors comme un lieu où tout devient possible: recherche scientifique, protection de milieux naturels, expérience sensationnelle et inédite pour les visiteurs. En parallèle, le second sujet récurrent de ce document est la présence d'équipes expérimentées, venant appuyer l'image de force se dégageant du parc: un travail collaboratif avec des équipes ayant des savoir-faire spécifiques permet d'aller sans cesse de l'avant pour sauver les animaux et émerveiller le public tout en les sensibilisant. Ainsi, le travail des salariés est fréquemment mis en avant : *"L'équipe scientifique et pédagogique du ZooParc a entièrement conçu [...]" (p.9), "Les équipes de Beauval n'ont pas baissé les bras" (p.13), "soigneurs et vétérinaires se sont relayés" (p.13), "les stimuli à l'activité imaginés par les soigneurs" (p.17), "travail remarquable, salué par l'Éducation Nationale." (p.24), "les animateurs du ZooParc donnent rendez-vous aux visiteurs" (p.25), "les soigneurs de la nurserie prennent soin d'eux le temps nécessaire" (p.28), "la minutie et la concentration des soigneurs" (p.28) ou encore "l'équipe zoologique réfléchit sans cesse" (p.33).**

L'analyse de l'arborescence du site fait elle aussi ressortir deux éléments déjà soulevés pour les supports précédents. Le premier est la place de la conservation pour le ZooParc: une

déclinaison du site entièrement dédiée à l'association Beauval Nature a été créée ([www.beauvalnature.com](http://www.beauvalnature.com)). Y sont brièvement présentées les missions actuelles des parcs zoologiques, les actions soutenues et les intitulés des programmes de recherche auxquels le ZooParc participe. Le second élément est la notion de communauté, déjà évoquée par rapport à la page Facebook du parc. Elle est également mise en avant ici par la présence dans les menus de redirection vers des pages soignées intitulées "*Galleries photos*", "*Actualité*" ou encore "*Fans*". L'emploi du vouvoiement et de l'impératif dans l'intitulé d'un sous-menu présent sur la page d'accueil du site est également à noter. Beaucoup plus incitatif, ce menu s'adresse à l'internaute en tant que futur visiteur : "*Achetez vos billets*", "*Dormez à Beauval*", "*Venez à Beauval*".

Pour finir, la brochure du ZooParc ne comporte que peu de texte, elle met plutôt en avant de larges photos avec des animaux en gros plan. Cependant, trois thématiques intéressantes sont évoquées à savoir: la mise en avant des équipes du ZooParc, l'intérêt de celui-ci pour la conservation et les programmes d'élevage européens (EEP) ainsi que les différents moyens qui s'offrent aux visiteurs désirant s'investir financièrement. Trois pages consacrées aux informations pratiques (hôtels, forfaits, comment venir, restauration, etc.) font ressortir l'aspect commerciale de ce document.

### ***En conclusion***

L'étude de certains des supports de communication mis en place par le ZooParc de Beauval fait ressortir à la fois un aspect commercial fort (incitant le public à se déplacer en lui garantissant de vivre une expérience forte, en lui promettant une journée où tout a été pensé pour lui) et une préoccupation pour les animaux, autant sur place qu'à travers le monde (par la préoccupation du bien-être des pensionnaires et l'engagement financier en matière de conservation des espèces et de recherche scientifique). L'omniprésence d'un discours optimiste, informant des bonnes nouvelles et des bonnes actions faites par le ZooParc est également à souligner. Dans un climat où la société reste méfiante vis-à-vis des entreprises et tout particulièrement des parcs zoologiques<sup>58</sup>, cette démarche appuie une volonté de regagner une confiance perdue en évoquant sans cesse la bonne foi et l'engagement de la structure. Une des forces actuellement du ZooParc de Beauval est d'avoir réussi à fédérer une vraie communauté, notamment sur les réseaux sociaux. Quelque soit les événements, celle-ci intervient pour "vendre" la bonne image du ZooParc en partageant l'expérience vécue au cours d'une visite, en incitant les hésitants à s'y rendre, etc. Cette communauté va même désormais jusqu'à prendre la défense de la structure. Une preuve de cela a été l'engouement créé suite au vol des petits singes en mai dernier. Plus que la dangerosité éventuelle des animaux, l'importance du trafic des espèces sauvages<sup>59</sup> ou la conséquence diplomatique que ce vol aurait pu provoquer<sup>60</sup>, les internautes se sont emparés du sujet et s'en sont pris directement aux cambrioleurs en mettant en avant la fragilité des petits singes et reconnaissant l'expertise du ZooParc à s'en occuper

---

<sup>58</sup> Se référer à l'historique construit dans le premier chapitre de ce mémoire (Chap.1 ; Partie 3.2.).

<sup>59</sup> Actuellement, le trafic d'espèces sauvages est le quatrième trafic mondial derrière la drogue, la contrefaçon et le trafic d'êtres humains et devance par exemple le trafic d'arme.

<sup>60</sup> Les tamarins lions vivant en captivité appartiennent tous au Brésil. Le vol d'un groupe entier peut engendrer une demande de dommages et intérêts de la part du gouvernement brésilien qui prête ces animaux dans le cadre de programmes de réintroduction. Il s'agit en effet d'une des premières espèces à avoir été réintroduite avec succès dans son milieu naturel.

correctement. La mise en avant des valeurs d'honnêteté, de réussite et d'optimisme de l'entreprise, la démonstration de ses bonnes actions, la reconnaissance du travail de ses équipes semblent donc avoir permis à la structure de redorer son image auprès d'une communauté solide. De plus, l'intérêt de la communauté fédérée par le ZooParc et sa capacité à inciter des visiteurs potentiels à se rendre sur le site la positionne en tant que partie prenante de la structure. L'ensemble de ces remarques rappelle la définition d'une communication corporate, appliquée ici non pas à la WAZA mais au ZooParc de Beauval.

Parallèlement, des interrogations ressortent de l'analyse effectuée. Il n'est en effet pas question dans ces supports de la difficulté des questions éthiques induites par la captivité et la gestion de populations captives pourtant préconisé par la WAZA. Bien qu'il soit par exemple évoqué que les petits puissent être abandonnés à leur naissance, la création de la nurserie pourrait cependant laisser supposer que l'action est fréquente et qu'ainsi tous sont pris en main pour qu'ils puissent s'en sortir. La question des pandas est également intéressante à soulever. En effet en biologie, le principe même de l'évolution présuppose que les espèces survivantes le soient grâce à leur capacité d'adaptation. Or, les pandas font partis à la fois des espèces les plus menacées<sup>61</sup> et de celles ayant un des régimes alimentaires les plus restreints de la planète. Il est d'ailleurs fait état de cette particularité dans la présentation de l'espèce et des frais engendrés pour le ZooParc du fait de cette particularité. C'est pourquoi la question se pose actuellement, dans le domaine de la conservation, de l'intérêt des dépenses considérables faites pour la protection de cet animal, alors que bien d'autres écosystèmes pourraient avoir plus d'intérêts écologiques et biologiques à percevoir cette argent. Le statut de "Trésor national" accordé à l'ours noir et blanc par la Chine, d'emblème de l'association de protection de la nature WWF ainsi que son capital sympathie auprès du public en font cependant une mascotte inespérée pour le ZooParc de Beauval, d'autant plus qu'il s'agit du seul parc zoologique français à présenter cette espèce. Pour continuer dans ce sens, le ZooParc de Beauval propose à son public des actions de parrainage: alors que celles-ci sont mises en place pour récolter des fonds à destination d'un projet de protection de l'espèce choisie pour être parrainer, l'éligibilité des lions blancs et tigres blancs pose question. Il ne s'agit en effet pas d'espèces, ni même de sous-espèces mais d'une anomalie génétique présente au sein de sous-espèce de lions et de tigres. Cette anomalie étant récessive, les lions et tigres blancs présents en parcs zoologiques ne sont reproduits qu'entre eux afin de s'assurer de la couleur de la descendance. Il est donc rare d'en trouver dans la nature, d'autant plus qu'il ne s'agit pas d'un avantage sélectif pour les individus atteints de cette mutation. Or, là encore, le capital sympathie de cette espèce est un outil pour le ZooParc de Beauval lui permettant de récolter des fonds. On peut alors s'interroger sur la place de l'information objective face au potentiel d'une collecte de fond, ainsi que sur l'intérêt de ce message vis-à-vis des valeurs prônées par le parc.

---

<sup>61</sup> Le panda géant (*Ailuropoda melanoleuca*) est classé "En danger d'extinction" sur la Liste Rouge des espèces menacées, éditée par l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN).

## 6. LE ZOO D'AMNÉVILLE: DES IDÉES ENVERS ET CONTRE TOUT

### 6.1. ENTRE PASSION ET DÉTERMINATION

C'est en 1978 que Michel Louis s'est lancé dans l'aventure en commençant à rêver au parc zoologique d'Amnéville. Depuis tout petit déjà, ce passionné n'a eu de cesse de visiter cirques et zoos en imaginant un jour pouvoir fonder le sien. Ce fût chose faite le 28 juin 1986, jour de l'inauguration du parc. Au départ seul dans l'aventure, il a été rejoint, peu de temps avant l'ouverture du parc, par Jean-Marc Vichard, également passionné de nature et de biodiversité. De 1978 à 1986, nombreuses ont été les barrières à franchir pour mener à l'ouverture du zoo d'Amnéville. Beaucoup de gens se sont en effet montrés sceptiques face à l'idée de Michel Louis. Heureusement pour les deux jeunes gens, le maire d'Amnéville, Dr. Jean Kiffer, souhaitait développer le tourisme de sa petite commune de 10 000 habitants afin d'y redonner vie. C'est donc grâce à la détermination de Michel Louis, Jean-Marc Vichard et Jean Kiffer que le parc est né et a rapidement évolué.

Aujourd'hui, le parc zoologique d'Amnéville accueille chaque année plus de 600 000 visiteurs à qui il propose toujours plus de nouveautés spectaculaires. En 2015, l'ouverture du TigerWorld, un spectacle proche de l'univers du cirque, marque un nouveau tournant dans l'histoire du parc. À 35€ l'entrée<sup>62</sup>, les visiteurs découvrent un parc de 17 hectares accueillant environ 2 000 animaux de 360 espèces différentes. En 2015, le parc est récompensé par le public en se classant 6<sup>ème</sup> du *Zoonaute Award* et 7<sup>ème</sup> du *Travellers' Choice* de TripAdvisor.

### 6.2. ALLIANCE DU CIRQUE ET DU PARC D'ATTRACTION

#### *Les supports étudiés*

Peu d'outils de communication ont été mis en place par le Parc zoologique d'Amnéville. Un site internet ([www.zoo-amneville.com](http://www.zoo-amneville.com)), une page Facebook aimée par 44 000 personnes et une brochure sont facilement accessibles par les publics. En outre, une newsletter et un plan-guide distribués sur place existent mais n'ont pas été pris en compte pour l'analyse pour les mêmes raisons que celles évoquées pour les deux parcs précédents. La majorité des supports de communication semble s'adresser à un public large, composé en grande partie de visiteurs potentiels. Dans les trois cas, le parc parle en son nom propre.

N'ayant pas connaissance d'un dossier de presse et ayant, pour les deux précédents parcs, remarqué la similitude de discours entre les dossiers de presse et les sites internet, le choix a été fait d'analyser ici l'architecture et le discours du site internet. Ce support ainsi que la page Facebook emploient le vouvoiement pour s'adresser aux lecteurs.

Concernant la brochure, il est intéressant de remarquer que le parc ne s'y adresse pas directement au lecteur qui n'est pas vouvoyé. De plus, alors qu'il s'agit d'un support à vocation commerciale, les tarifs d'entrée n'y figurent pas.

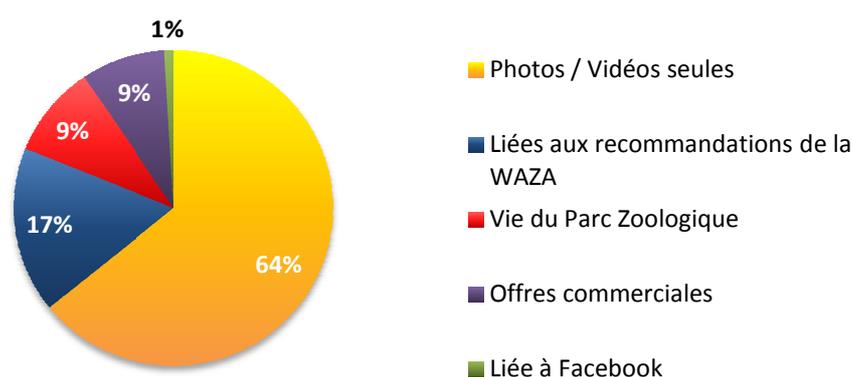
---

<sup>62</sup> Tarif adulte "normal". L'entrée est de 29€ pour les enfants de 3 à 11 ans, gratuite en dessous de 3 ans.

### Une unité dans les thématiques abordées

Dans l'ensemble des supports étudiés, le Parc zoologique d'Amnéville aborde plus particulièrement quatre thématiques à savoir l'universalité des parcs zoologiques, l'intérêt pour la conservation, le côté stimulant de ces parcs ainsi que l'intérêt particulier accordé au bien-être des animaux (cf. annexe 4).

Dans un premier temps, l'étude des publications de la page Facebook du Parc zoologique sur une période donnée montre clairement que l'accent est mis sur la publication de photos et/ou vidéos des animaux prises par les visiteurs du parc (Figure 6). Celles-ci sont majoritairement publiées sans texte ni légende ou seulement avec le crédit de l'image.



**Figure 6.** Graphique représentant les thématiques abordées dans les 106 publications de la page Facebook du Parc Zoologique d'Amnéville entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 14 juillet 2015

Bien qu'arrivant en deuxième position, la quantité de publications traitant des recommandations de la WAZA représente moins du quart des publications. Parmi celles-ci, trois informations / événements en ont cependant fait l'objet de plusieurs.

- Une campagne de sensibilisation menée en janvier 2015 par les équipes du Parc zoologiques est à souligner. Composée d'une photo mettant en scène un des salariés de l'entreprise tenant une ardoise et posant avec un animal du parc, la publication était accompagnée d'un texte relativement court. Cette campagne avait pour objectif d'informer et donner des idées d'actions simples aux internautes.

*"Jeter les déchets dans la nature, ce n'est pas sans conséquence... Un objet qu'on jette va polluer longtemps le milieu naturel." (08/01/15), "720 millions de téléphones mobiles sont jetés chaque année dans le monde: c'est un immense gaspillage de ressources. 70% du coltan qui permet de faire fonctionner un téléphone se trouve sur le territoire des gorilles. Pour récolter le coltan, il faut abattre la forêt et créer des routes qui traversent l'habitat du grand singe." (09/01/15), "Le bois, c'est écologique, mais encore faut-il en connaître l'origine, en particulier s'il s'agit d'une essence exotique, pouvant provenir de forêts exploitées de façon illégale. Pour protéger les forêts de la planète et la biodiversité, préférez les labels, comme FSC." (13/01/15) ou encore "Comment aider ? Limiter sa consommation de produits à base d'huile de palme: un petit geste mais de grandes conséquences !" (24/04/15).*

- La nouveauté 2015 du parc, Tigerworld, a amené le parc à mettre en avant son engagement en faveur de la conservation des tigres.

*"Comment le zoo d'Amnéville aide-t-il les tigres sauvages ? Nous finançons 4 programmes de conservation du tigre: un au Népal, un en Inde, un au Vietnam et un au Bangladesh. (31/03/15) ou encore "Parce que l'on aime les tigres, refusons leur disparition annoncée... Agir aujourd'hui, c'est encore possible ! <http://www.awely-tigres.org>" (02 et 03/06/15).*

- L'exposition "Tigres dans la ville" a été mise en avant sur cette page. Elle a permis de proposer une vente aux enchères pour laquelle l'ensemble des fonds récoltés a été reversé aux associations de protection du tigre soutenues par le Parc Zoologique.

*Création de l'événement sur Facebook le 23/02/15, "À l'issue de l'exposition (8 - 12 avril), les tigres seront vendus le 5 juin aux enchères. L'argent de la vente sera reversé aux associations de protection du tigre." (08 et 16/03/15) ou encore "En 2015, les 10 tigres grandeur nature exposés à Metz seront vendus aux enchères. Les fonds seront reversés au profit de la conservation du tigre." (31/03/15)*

L'analyse du site internet, aussi bien du contenu textuel que de l'arborescence, révèle la mise en avant de thématiques précises en lien avec les recommandations de la WAZA. Là encore, l'universalité des zoos, le bien-être des animaux du Parc et la conservation du tigre sont les trois thématiques dominantes. Au-delà de celles-ci, le texte est écrit avec un ton oralisé, presque cru, renforcé par le graphisme sombre du site (écriture blanche sur fond noir). De plus, il est question dès la page d'accueil de celui-ci de la détermination et des nombreux obstacles qu'a dû franchir Michel Louis, le créateur et actuel directeur du parc. Ainsi, des termes comme *"force de la nature"*, *"ne se borne pas à"*, *"prédateurs"*, ou encore *"affrontements sanglants"*, que l'on retrouve au fil des pages du site, donnent une ambiance particulière à la découverte de ce Parc. Malgré cela, un lien permanent est parallèlement mis en avant entre l'homme et l'animal, que ce soit de manière générale ou au sein du Parc : il est alors évoqué *"un monde où l'homme [...] dialoguerait avec les fauves"*, des *"liens affectifs entre les soigneurs et leurs otaries"*, *"Pablo [soigneur] et Watson [otarie mâle] jouer dans l'eau comme deux copains à la piscine"*, la possibilité de *"les voir à quelques centimètres des vitres"* ou encore *"de voir les ours de très près"*. La contradiction entre ce lien permanent et la dangerosité des animaux se retrouve également dans la présentation de certains spectacles où sont par exemple mentionnés *"les mâles dominants qui peuvent pourtant se révéler dangereux ; on aurait tendance à l'oublier en voyant Pablo [soigneur] et Watson [otarie mâle] jouer dans l'eau comme deux copains à la piscine"* (Nourrissages et spectacles / Otaries) ainsi que *"les fauves ne sont pas des animaux de compagnie !"* suivi quelques lignes plus bas, à propos des tigres, par *"le dressage en complicité avec l'homme fournit à l'animal une véritable activité et une motivation: il est très bénéfique au psychisme des animaux et à leur bien-être."* (Le parc / Nouveauté 2015). Enfin, ce site internet met en avant à plusieurs reprises l'importance de la sensibilisation du public quant à la conservation des espèces, en abordant des sujets comme la déforestation ou le trafic d'animaux. Avec l'ouverture du Tigerworld et la polémique engendrée<sup>63</sup>, la question de la sensibilisation s'accompagne

---

<sup>63</sup> Passionné par les cirques, Michel Louis a voulu rendre hommage à cet univers en créant le TigerWorld. Après une formation d'un an avec les grands noms du dressage de tigre dans un cirque, un des soigneurs du parc est devenu dresseur et s'est approprié ces savoir-faire pour créer le spectacle présenté. Dans le contexte de méfiance et de remise en question de la présence d'animaux dans les cirques, ce spectacle a été autant apprécié que dénoncé violemment dans les médias.

d'explications concernant les mesures mises en place pour le bien-être des tigres du Parc et de leurs conditions en milieu naturel.

La brochure réalisée par le Parc Zoologique d'Amnéville reprend en partie le discours du site internet. Celle-ci est très riche tant par la quantité de photos que par la quantité de texte. Le ton employé y est cependant plus adapté que celui du site internet: le langage paraît moins oralisé, plus neutre. Concernant les thématiques abordées, on retrouve les mêmes que sur les deux supports précédents à savoir l'universalité, la préoccupation pour la conservation des animaux dans la nature et pour leur bien-être au Parc. La pédagogie et les espaces végétalisés dédiés aux animaux ont cependant une place plus importante sur ce support: "*Un zoo nouvelle génération axé sur la pédagogie et la protection des espèces*". "*Comme dans la savane*", "*au cœur de la forêt congolaise*" ou "*les vastes espaces végétalisés*" traduisent l'effort d'aménagement des enclos. Enfin, la présentation à plusieurs reprises de la participation à des programmes d'élevage européens (EEP) viennent en appui à la démonstration du sérieux du parc.

### **En conclusion**

Le lien entre les Hommes et les animaux, l'importance de la pédagogie et de la conservation ainsi que la passion pour les tigres sont les thématiques récurrentes dans la communication mise en place par le Parc Zoologique d'Amnéville. Malgré des outils graphiquement peu attrayants et une utilisation non-optimale de la page Facebook, certaines des recommandations de la WAZA sont abordées en profondeur. Des thématiques sensibles comme les questions d'éthiques ou les conflits parfois entraînés par les conditions de vie en captivité sont ici courageusement abordées, ce que peu de parcs se risquent à faire. Parmi les particularités remarquées dans le discours de cette structure, le remerciement du public est à souligner à plusieurs reprises.

Les documents étudiés renvoient également l'image d'un parc mis en scène, proposant des spectacles et promettant au visiteur une expérience forte. L'aspect grandiose des propositions semble parfois vouloir faire oublier le coût de l'entrée, non indiqué sur la brochure.

Enfin, les contradictions révélées par l'analyse des documents entraînent des confusions quant aux intentions du parc. L'engagement financier envers des associations de protection de l'environnement semble véritable et particulièrement important concernant les tigres. Cependant, il semble y avoir un travail d'équilibre constant entre une proposition de spectacles presque provocateurs et des discours de défense qui tendent à amoindrir la valeur de cet engagement. La question de la cohérence dans les valeurs transmises et la stratégie de communication peut alors se poser. De plus, les mises en scène, les costumes, les espaces de spectacles peuvent également interroger sur le positionnement du parc promettant des valeurs pédagogiques mais présentant des propositions proches de certains parcs d'attraction qu'il semble nécessaire de légitimer dans les présentations de ceux-ci.

## CONCLUSION DU CHAPITRE 2.

Dans la deuxième édition de la "Stratégie mondiale de conservation pour la faune et la flore" de 2005, la WAZA explicite sa volonté de diffusion d'un message général de conservation commun aux parcs zoologiques et aquariums. Pour rappel, l'objectif est double: asseoir ces structures comme étant profondément impliquées en termes de conservation et ainsi regagner la confiance et la reconnaissance d'une société méfiante. Grâce à des recommandations précises, la WAZA souhaite aider les parcs à redorer leur image afin d'améliorer la réputation globale de ces structures, entachée suite à la crise du milieu du XX<sup>ème</sup> siècle. Ces objectifs clairement affichés se rapprochent de ceux d'une communication corporate. L'objectif de ce chapitre était de déterminer si, au delà des objectifs communs, il était possible d'assimiler la communication mise en place par les membres de la WAZA à une communication corporate. Une analyse de l'image et des valeurs diffusées par 3 parcs zoologiques français a donc permis de comprendre comment chacun s'est approprié les recommandations de l'association internationale autour de la thématique de la conservation (cf. figure 7).

	BIOPARC DE DOUÉ-LA-FONTAINE	ZOOPARC DE BEAUVAL	PARC ZOOLOGIQUE D'AMNÉVILLE
<b>CARACTÉRISTIQUES</b>			
LOCALISATION	Maine-et-Loire (49)	Loir-et-Cher (41)	Moselle (57)
TAILLE	14 hectares	30 hectares	17 hectares
NOMBRE D'ANIMAUX ET D'ESPÈCES	1 000 animaux pour 130 espèces	5 700 animaux pour 600 espèces	2 000 animaux pour 360 espèces
NOMBRE DE VISITEURS	Environ 240 000 / an	Environ 900 000 / an	Environ 600 000 / an
TARIF NORMAL ADULTE	19,90€	28€	35€
<b>RÉSULTATS DE L'ANALYSE</b>			
IDENTITÉ	Parc zoologique familiale, havre de paix privilégiant bien-être des animaux et conservation	Parc zoologique familiale, proche d'un parc de loisir, privilégiant l'expérience des visiteurs et la primeur des acquisitions	Parc zoologique façonné par un passionné de fauves et de cirques, privilégiant l'expérience des visiteurs et la mise en scène de spectacles
VALEURS VÉHICULÉES	Expertise, Conservation, Engagement	Honnêteté, Réussite, Optimisme	Détermination, Passion, Spectacle
IMAGE GLOBALE POUR LE PUBLIC <sup>64</sup>	Positive	Très positive	Plutôt positive mais fragile
RECOMMANDATIONS MISES EN AVANT	1 / 2 / 5 / 10	1 / 2 / 6 / 9 / 10	1 / 2 / 6

**Figure 7.** Tableau comparatif des résultats d'analyse des trois parcs animaliers français.

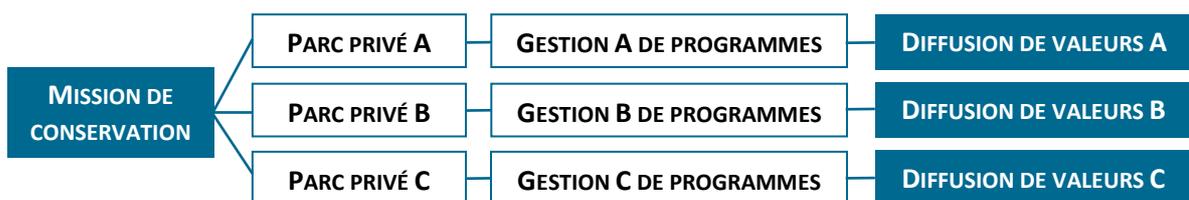
Alors que les 3 parcs étudiés vendent la même chose et répondent aux mêmes critères de sélection et d'adhésion aux associations nationales et internationales, l'analyse du discours mis en place par chacun d'eux révèle des différences dans l'appropriation des recommandations de la WAZA. Pour le Bioparc de Doué-la-Fontaine, la thématique de la conservation se retrouve au travers de son implication auprès des populations locales, partie intégrante de son identité. Le

<sup>64</sup> L'image globale proposée ici découle de mes observations tant sur les sites spécialisés que sur les classements des parcs.

ZooParc de Beauval l'aborde lui comme une responsabilité l'ayant poussé à créer ses propres programmes. Enfin, le Parc zoologique d'Amnéville s'en sert pour légitimer ses spectacles et installations. Bien qu'ils l'abordent différemment, la thématique de la conservation reste cependant un point clé de la communication des trois parcs en question. On peut donc en conclure que la stratégie de la WAZA a été suivie dans sa globalité malgré le fait que les parcs aient chacun adapté ce discours à leur identité propre. C'est pourquoi, bien que la volonté de l'institution internationale puisse être assimilée à la mise en place d'une communication corporate, sa mise en pratique semble plus compliquée.

Pour reprendre la définition d'une communication corporate selon Thierry Libaert et Karine Johannes, celle-ci "a comme objectif de souder, de gagner l'adhésion de ses parties prenantes", "le corporate prolonge les promesses commerciales, y ajoutant un discours d'engagement de l'entreprise dans les questions et les préoccupations sociétales". Cependant, pour parler de communication corporate, les deux auteurs parlent également de "l'idée de *corpus*", de *faire corps*". Pour eux, "la communication corporate est une prise de parole de l'entreprise comme un tout, un corps unifié". Or, le tableau présenté en Figure 7. démontre clairement que l'identité, l'image et les valeurs restent propres à chaque établissement. Ainsi, le fait que la question de la conservation soit abordée avec des objectifs différents pour chacun des parcs rend difficile l'assimilation de la communication des parcs zoologiques à une communication corporate, commune à tous les parcs membres de la WAZA.<sup>65</sup>

Le statut privé de ces établissements favorise un besoin de démarcation des parcs les uns vis-à-vis des autres. Au contraire de la logique de rassemblement souhaitée, les stratégies développées tendent à mettre en avant les atouts de chacun, dans une logique de concurrence. Ainsi, les zoos s'approprient individuellement leur mission de conservation, désormais officielle: chaque structure soutient ses programmes de conservation, mais il est rare que plusieurs établissements soutiennent les mêmes programmes concernant une espèce donnée. Au lieu de tous transmettre des valeurs de cohésion et d'expertise, ils diffusent alors des valeurs dépendantes de l'identité de chaque établissement. Pour simplifier, la situation actuelle pourrait se schématiser ainsi:



**Figure 8.** Représentation du fonctionnement actuel de la communication des parcs animaliers, autour de leur mission de conservation

<sup>65</sup> LIBAERT Thierry et JOHANNES Karine, *La communication corporate*, Paris, Dunod, 2010, coll. "Les Topos", Chap. 1.1., pp.13-15

## CHAPITRE 3.

### UN MESSAGE FRAGILE, UNE AMBIGUÏTÉ DE POSITIONNEMENT

Pour rebondir après la crise du milieu du XX<sup>ème</sup> siècle, il est apparu que les parcs animaliers n'investissaient pas suffisamment dans la mise en place de stratégies de communication efficaces. Pour y remédier, une série de recommandations a donc été proposée par la WAZA afin de rassembler les établissements membres autour des mêmes valeurs. Bien que les objectifs de ces recommandations reprennent ceux d'une communication corporate, l'analyse effectuée dans le chapitre précédent a démontré que les stratégies mises en place par chaque parc étaient différentes. Elles reprennent effectivement la thématique proposée par la WAZA, mais les appropriations se font en fonction des intérêts propres à chaque structure. La conservation y ressort par exemple en tant qu'identité, que responsabilité ou que légitimation. Le manque d'unicité entre les discours tenus par les 3 parcs étudiés nous empêche donc de parler véritablement de communication corporate et pose de nouvelles questions.

Au-delà de ce constat, on remarque cependant que la nouvelle orientation proposée par la WAZA semble petit-à-petit fonctionner puisque l'intérêt de la société pour les parcs animaliers tend à augmenter. Or, les différences de discours entre les parcs animaliers font naître une ambiguïté quant aux valeurs qu'elles véhiculent et empêchent un positionnement clair de ces structures.

En effet, depuis leur création, les jardins zoologiques sont pensés comme un ensemble et ont évolué dans le même sens. C'est pourquoi, aujourd'hui encore, des choix faits par un établissement sont relatés non pas par rapport à l'établissement en question mais par rapport à l'ensemble des parcs animaliers. À titre d'exemple, la réouverture du Parc zoologique de Paris a permis de mettre l'accent dans les médias sur les zoos modernes et leurs nouvelles missions. À l'inverse, l'euthanasie d'un girafon dans un zoo danois a elle rouvert la question éthique relative à la captivité et la gestion de population en parcs animaliers. Ainsi, le fait que les parcs ne véhiculent pas les mêmes valeurs fragilise la cohérence de discours de l'ensemble de la communauté zoologique. Cela a alors des conséquences directes sur l'image puis, sur le long terme, sur la réputation des parcs animaliers de manière générale.

De plus, la diversité des discours pose la question du positionnement de ces établissements. En effet, le statut d'entreprise de la majorité des parcs zoologiques français a fait naître une nouvelle notion: la concurrence. Tous vendant la même chose doivent trouver comment se différencier pour exister tout en attirant suffisamment de public. Ainsi, leurs intérêts diffèrent désormais et chacun se positionne à sa manière vis-à-vis des missions qui leur sont attribuées (récréation, éducation, recherche, conservation). Ce constat a pour conséquence de mener à des incohérences de discours et des ambiguïtés de positionnement. Entre loisir, exposition ou éducation, la question se pose quant à la finalité des parcs zoologiques (ABEGG et JOULIAN, 2008). Au travers de cette partie, nous tenterons d'observer comment les parcs zoologiques français peuvent se rattacher à différents positionnements très différents: de lieux de divertissement à lieux d'éducation en passant par des lieux d'exposition.

## 7. LIEUX DE DIVERTISSEMENT: LES PARCS ZOOLOGIQUES DESCENDENT DES FOIRES

Au cours de leur histoire, les parcs animaliers ont été assimilés à de nombreuses représentations. Les plus connues sont les ménageries qui exprimaient la richesse et la puissance des rois et où les savants effectuaient leurs recherches. En parallèle pourtant, ce sont les montreurs d'animaux qui permettaient au peuple de vivre une expérience inédite en approchant des espèces extraordinaires. Ceux-ci se déplaçaient de ville en ville soit seuls soit en intégrant des foires. Entre peur, fascination et curiosité, nombreuses étaient les émotions suscitées par le face à face entre l'homme et l'animal.

Aujourd'hui encore, l'idée d'impressionner et de titiller la curiosité des visiteurs en leur présentant des animaux rares et exotiques se retrouve. Cela fait d'ailleurs partie de ce que recherche le public en se déplaçant dans un parc animalier: vivre une expérience. Il s'attend notamment pour cela à être face à des animaux emblématiques comme les éléphants, les lions, les girafes, les tigres ou encore les ours. Plus qu'une simple présentation des animaux dans des enclos, les parcs zoologiques misent désormais sur de véritables mises en scènes pour plonger le visiteur dans un univers spécifique. Les barrières sont remplacées par des fossés ou des vitres, pour voir l'animal sans obstacle dans le premier cas ou de plus près dans le second cas. De plus, les enclos sont parfois agrémentés d'objets culturels, provenant des pays où l'on peut trouver l'espèce présentée. (ESTEBANEZ, 2010)

Pour proposer aux visiteurs de vivre toujours de nouvelles émotions, les parcs zoologiques tendent à diversifier leurs activités. Nombreux sont ceux qui possèdent par exemple des mini-fermes. Ces espaces, souvent dédiés aux enfants, permettent de découvrir des animaux domestiqués mais surtout de pouvoir entrer en contact avec eux (ABEGG et JOULIAN, 2008). À la différence des fermes pédagogiques, ces mini-fermes ont souvent pour unique but le contact direct. L'aspect pédagogique y est beaucoup moins présent que dans le reste du parc puisqu'il n'y a souvent pas de panneaux de présentation ni d'ateliers spécifiques. Bien qu'il s'agisse d'animaux plus petits, l'interaction avec chèvres, moutons, poules et autres animaux de basse-cour est inédite pour de nombreux enfants.

La mise en place de spectacles fait également partie des attractions désormais proposées par de nombreuses structures. Pour ne citer que les plus fréquents, les spectacles de perroquets, de rapaces et d'otaries en sont des exemples. Il est également intéressant de remarquer que ces spectacles présentés dans les parcs zoologiques le sont aussi, de la même manière, dans des parcs de loisirs ou parcs à thème (Figure 9). Ainsi, on peut par exemple découvrir au Puy du Fou un spectacle de rapaces en vol libre ou encore, au Parc Astérix, un spectacle d'otaries et de dauphins.



**Figure 9.** Espace dédié au spectacle des otaries : à gauche dans un parc zoologique (ZooParc de Beauval), à droite dans un parc d'attraction (Parc Astérix)

Les trois parcs auxquels nous nous sommes intéressés dans le chapitre précédent possèdent tous des mini-fermes au sein desquelles les visiteurs peuvent donner à manger aux animaux et les caresser. En ce qui concerne les spectacles, le ZooParc de Beauval et le Parc zoologique d'Amnéville proposent des spectacles de rapaces et d'otaries, le dernier ayant également mis en place des spectacles autour des tigres et perroquets. De son côté, le Bioparc de Doué-la-Fontaine ne présente aucun spectacle, seulement des animations devant les enclos.

Enfin, d'autres parcs, comme TouroParc (71) ou encore le Parc animalier et botanique de Branféré (56) ont eux élaborés des attractions sans lien direct avec les animaux. Un parcours dans les arbres y a été installé. TouroParc propose en plus manèges et petits trains. Le parc Le Pal (03) a lui dédié une partie entière de son parc à des attractions comme l'on pourrait en trouver dans des foires ou des parcs d'attraction (Figure 10).



**Figure 10.** Attractions proposées à gauche dans un parc zoologique (Le Pal, *Le Twist*), à droite dans un parc d'attraction (Parc Astérix, *Goudurix*)

La recherche d'une expérience unique, d'un moment de divertissement venant satisfaire la curiosité des visiteurs est donc rendue possible dans la quasi totalité des parcs, chacun à leur manière. Certaines attractions ne vont d'ailleurs pas sans rappeler les phénomènes de foire desquels descendent les zoos modernes. De plus, la proximité des spectacles proposés avec ceux de certains parcs d'attraction amène une première partie de réponse quant au positionnement des parcs zoologiques.

## **8. LIEUX D'EXPOSITION: LES PARCS ZOOLOGIQUES DESCENDENT DES MUSÉES**

Bien que la récréation fasse partie des nouvelles missions des parcs zoologiques modernes, l'aspect de divertissement n'est pas le seul à être mis en avant par ces établissements. Plus que de simple parcs d'attraction ou parcs à thème, les parcs animaliers tendent à mettre en avant leur sérieux du fait de leur passé commun avec les musées et afin de légitimer leur existence. Un des premiers parcs français moderne, désormais appelé Parc zoologique de Paris, a ainsi vu le jour dans le but de compléter la ménagerie du Jardin des plantes elle-même affiliée au Muséum national d'Histoire naturelle (LECLERC-CASSAN, PINON et WARMOES, 2014). Actuellement, les points communs entre parc animalier et musée sont nombreux.

### **8.1. PARCS ZOOLOGIQUES ET MUSÉES: DES SIMILITUDES NOMBREUSES**

La plupart des musées, tout comme les parcs animaliers, ont pour ancêtres les cabinets de curiosité. La Révolution française, en abolissant les privilèges des nobles et confisquant les biens du clergé, a engendré un inventaire précis des collections françaises. C'est en effet le principe de collection qui est à l'origine des musées: collections d'art, de meubles, d'objets précieux, de curiosité naturelles, etc.<sup>66</sup> Dans le vocabulaire utilisé par les parcs animaliers, on retrouve également le terme de "collection" vivante. Tout comme dans les musées, les espèces composant la collection du parc sont scrupuleusement choisies, à la fois pour proposer une grande diversité d'espèces et présenter celles emblématiques, attendues par le public. Plusieurs facteurs interviennent dans le choix de l'orientation de la collection. Tout d'abord, se trouve la capacité du parc à recevoir les animaux dans de bonnes conditions. Ensuite, la cohérence de la collection entre en compte. Plus qu'une diversité d'espèces et pour ne pas décevoir les visiteurs, celle-ci doit en effet proposer des espèces ayant différents régimes alimentaires, provenant de pays voire de continents différents, etc.

Le terme de cohérence fait également écho à l'organisation de l'espace au sein d'un parc animalier. Tout comme dans un musée, les animaux ne sont pas simplement présentés les uns à côté des autres mais suivent la plupart du temps une logique organisationnelle. Auparavant cette logique était taxonomique: les différentes espèces d'ours étaient présentées les unes à côté des autres, de même pour les éléphants d'Afrique et d'Asie, etc. Cela découlait du fait que les parcs étaient des lieux d'études pour les scientifiques qui travaillaient à l'époque sur la classification et la description des nombreuses espèces ramenées de voyages. Aujourd'hui, la logique organisationnelle tend vers la géographie. Le fait de pouvoir présenter des animaux originaires des cinq continents est fréquemment mis en avant dans les discours des parcs zoologiques. On pourrait comparer ce système d'organisation à celui du musée du Quai Branly<sup>67</sup> par exemple. (ESTEBANEZ, 2010)

Un autre aspect commun aux musées et aux parcs zoologiques consiste en une représentation de la réalité. Il est en effet impossible de transposer parfaitement une réalité dans

---

<sup>66</sup> <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Musees/Qu-est-ce-qu-un-musee-de-France/Historique>, consulté pour la dernière fois le 17/08/2015

<sup>67</sup> [www.quaibrantly.fr](http://www.quaibrantly.fr)

un endroit autre, qui plus est clos. Ainsi un tableau, une poterie exposés ou un animal présenté ne pourra jamais retranscrire dans sa totalité l'environnement dont il provient. Ces représentations permettent de donner une idée de la culture d'un pays, de la vie d'un artiste ou de l'écosystème d'une espèce sans pour autant pouvoir appréhender l'ensemble des facteurs liés à l'élément présenté.

La question de l'intérêt de ces présentations peut alors se poser. Dans les musées, l'objectif premier mis en avant est la préservation du patrimoine. Au travers des collections exposées, on cherche à protéger les œuvres, quelles qu'elles soient, des agressions qu'elles pourraient subir comme le pillage, la lumière, le contact direct avec des substances pouvant les altérer, etc. Là encore, on peut y voir une similarité avec la mission de conservation des parcs zoologiques. Les animaux présentés sont alors protégés du braconnage, de la déforestation et des nombreux facteurs qui pèsent sur la survie d'espèces menacées.<sup>68</sup> Pour aller encore plus loin dans cette mission, sont désormais mises en place des réintroductions d'animaux élevés en captivité. Ce fût le cas dans un premier temps pour les tamarins lions dorés au Brésil<sup>69</sup>, et plus récemment pour les bisons d'Europe en Roumanie<sup>70</sup> ou les panthères de Perse en Russie<sup>71</sup>. Dans certains musées, ont observe également ce phénomène de restitution. La dépouille de la Vénus hottentote a ainsi été remise à l'Afrique du Sud en 2002 et, en 2012, des crânes maori ont eux été restituées à la Nouvelle Zélande.<sup>72</sup> Les deux peuples réclamaient ces objets car faisant partie intégrante de leur histoire et de leur culture. Plus qu'une conservation *ex situ*, les deux types de structures tendent à aller vers un retour aux sources, une conservation du patrimoine *in situ*.

Enfin, un dernier point commun entre musées et parcs zoologiques consiste en leur mission d'éducation. Dans le cas des musées, celle-ci est présente depuis leur mise en place au moment de la Révolution.<sup>73</sup> Dans le cas des zoos, cette mission a été intégrée par l'arrêté du 25 mars 2004.<sup>74</sup>

## **8.2. LIEUX D'EXPOSITION: QUELLE PLACE POUR LA SCÉNOGRAPHIE ET LA CULTURE ?**

Aller au musée aujourd'hui implique d'aller à la découverte d'un ensemble d'objets exposés au public selon une logique plus ou moins originale. Cette idée est reprise par les parcs zoologiques qui présentent des animaux suivant, ou non, une certaine logique. Ainsi, au-delà de la question des similitudes entre parcs animaliers et musées, se pose plus largement la question de

---

<sup>68</sup> Parc zoologique de Paris et le Muséum national d'Histoire naturelle (MNHN), *Le zoo comme lieu de patrimoines: un musée animal ?*, Intervention de François Mairesse, muséologue et professeur à l'Université de Paris 3 - Sorbonne nouvelle

<sup>69</sup> <http://www.iucnredlist.org/details/11506/0>

<sup>70</sup> <http://www.sciencesetavenir.fr/nature-environnement/20150612.AFP0694/quatorze-bisons-d-europe-trouvent-un-havre-de-paix-dans-les-carpates-roumaines.html>

<sup>71</sup> <http://www.sciencesetavenir.fr/animaux/20150507.OBS8577/une-panthere-nee-en-captivite-retrouvera-bientot-la-liberte.html>

<sup>72</sup> [http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Histoire-du-ministere/Ressources-documentaires/Discours/Discours-de-ministres-depuis-1999/Frederic-Mitterrand-2009-2012/Articles-2009-2012/La-France-restitue-20-tetes-maories-a-la-Nouvelle-Zelande/\(language\)/fre-FR](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ministere/Histoire-du-ministere/Ressources-documentaires/Discours/Discours-de-ministres-depuis-1999/Frederic-Mitterrand-2009-2012/Articles-2009-2012/La-France-restitue-20-tetes-maories-a-la-Nouvelle-Zelande/(language)/fre-FR)

<sup>73</sup> <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Education-artistique-et-culturelle/Mission-educative/Musees>

<sup>74</sup> <http://www.developpement-durable.gouv.fr/Parcs-zoologiques-et-aquariums.html>

l'exposition. Alors que les musées ont pour vocation d'exposer, les expositions elles peuvent être itinérantes et prendre place en d'autres endroits que des musées. Le positionnement des parcs zoologiques comme lieu d'exposition peut donc ressortir de deux manières différentes selon les établissements: les présentations même des animaux peuvent se comparer à une exposition permanente ou bien des expositions temporaires peuvent être accueillies dans les parcs animaliers.

Premièrement, la manière de présenter des animaux sauvages et exotiques peut être assimilée à la manière dont un musée expose ses collections. Dans la majorité des cas, les animaux y sont exposés dans des espaces clos, parfois vitrés, qui peuvent être comparés à des vitrines de musées. De plus, la présence de panneaux indiquant le nom de l'espèce à découvrir peut rappeler les cartels des musées. Enfin, les espèces présentées le sont suivant une logique qui fût d'abord taxonomique et est désormais géographique, comme nous l'avons vu précédemment. Ainsi, la visite du parc est organisée comme un voyage à travers les continents. (ESTEBANEZ, 2010)

En effet, la présentation des animaux dans des enclos plus ou moins mis en scène, pouvant intégrer des objets propres à la culture de région où vit l'espèce présentée et suivant une logique géographique permet de raconter une histoire au visiteur tout en lui faisant vivre une expérience. Ce sont les principes même d'une exposition qui, pour ce faire, fait appel à la scénographie. En effet, pour tenir un discours par le biais d'une exposition, plusieurs méthodes peuvent être mises en place: raconter une histoire, poser explicitement des questions ou amener le visiteur à se les poser implicitement, donner ou non des réponses, employer un ton humoristique ou au contraire déranger le visiteur, etc. Tout cela prend place dans un processus réfléchi de scénographie, c'est-à-dire d'organisation de l'espace grâce à de la lumière, des couleurs, des textures ou encore du son pouvant être différent selon les différentes parties de l'exposition. (MAGGIONI, 2014) Ainsi, les efforts en terme de scénographie participent à faire voyager le visiteur et renforcent les chances de lui faire passer un message (Figure 11).



**Figure 11.** La scénographie se joue dès l'entrée du parc, ici au Bioparc de Doué-la-Fontaine (en haut à gauche), au ZooParc de Beauval (en haut à droite) et au Parc zoologique d'Amnéville (en bas). Ces entrées reflètent également les valeurs de chaque parc que nous avons fait ressortir dans le chapitre 2.

On retrouve donc à travers le positionnement d'une grande partie des parcs en tant que lieux d'exposition la mission de sensibilisation qui leur incombe. Grâce à celui-ci, les parcs animaliers s'approprient les codes des musées ce qui leur apportent implicitement une image sérieuse et les aident dans leur quête de légitimité.

Certains parcs zoologiques vont plus loin encore dans ce positionnement en tant que lieux d'exposition en mettant en place divers moyens pour questionner la place de l'Homme vis-à-vis de la nature (ESTEBANEZ, 2010).

C'est le cas par exemple de parcs comme le Parc et Château de Thoiry (78) qui ont ainsi inversé les rapports entre les Hommes et les animaux. Alors que la plupart des zoos présentent des animaux en cage autour desquels circulent les visiteurs, ce parc zoologique a été le premier à mettre en place le principe des safaris. Sur un domaine de plusieurs hectares plusieurs espèces vivent en semi-liberté<sup>75</sup> et les visiteurs se déplacent sur un circuit imposé en voiture.<sup>76</sup> Bien que les animaux puissent traverser le circuit comme ils le désirent, les visiteurs eux n'ont pas le droit d'entrer en contact avec les animaux, que ce soit en descendant de voiture ou en ouvrant leurs fenêtres. Ils sont ainsi enfermés dans leur voiture tandis que ce sont les animaux qui circulent librement, remettant en cause le positionnement de l'Homme face à la nature et faisant vivre une expérience inédite aux visiteurs.

Enfin, d'autres parcs retournent vers le passé artistique des zoos. En effet, nous avons vu qu'à l'époque où les scientifiques ont pris possession des ménageries, les artistes avaient également une place particulière au sein de ces structures<sup>77</sup>. La question des zoos humains est un sujet récurrent et certains parcs, comme le Zoo d'Amiens (80), reçoivent des artistes afin de proposer des réflexions, visions du monde différentes à leurs visiteurs. Ainsi, en avril 2006, un scénariste s'est enfermé dans une cage de l'établissement afin d'écrire une pièce de théâtre intitulée *Les pouces du panda*. Cette expérience lui a permis d'observer les comportements des visiteurs et de participer à leurs questionnements.<sup>78</sup> Pour Christine Morrier, actuelle directrice du Zoo d'Amiens Métropole, le positionnement de son établissement est clair. La place donnée aux expositions dans les parcs zoologiques doit pouvoir s'inscrire dans une démarche d'art et science, au même titre que pourraient le faire d'autres acteurs de la communication scientifique, technique et industrielle. Pour elle, la place de la culture au sein d'un parc zoologique est évidente : "*Il ne faut pas oublier que le rapport à la nature, et particulièrement à l'animal, est d'abord culturel. Un indonésien et un canadien ne regardent pas un tigre de la même manière.*" (MORRIER, 2015)

En parallèle, alors que certains parcs accueillent des artistes et des expositions temporaires, d'autres mettent en place des expositions temporaires à l'extérieur de leurs

---

<sup>75</sup> Le terme semi-liberté signifie que les animaux ont accès à un espace suffisamment grand pour reproduire leurs comportements naturels et côtoyer d'autres espèces comme ils le feraient dans la nature. Cependant, l'espace étant clôturé, la liberté qu'ils possèdent est relative, c'est pourquoi on parle de semi-liberté.

<sup>76</sup> [www.thoiry.net](http://www.thoiry.net)

<sup>77</sup> LECLERC-CASSAN Maryvonne, PINON Dominique et WARMOES Isabelle, *Le Parc zoologique de Paris - Des origines à la rénovation*, Paris, Somogy éditions d'art, 2014, pp. 134-145

<sup>78</sup> <http://lci.tf1.fr/insolite/2006-04/enferme-volontaire-dans-zoo-4893466.html>, consulté pour la dernière fois le 21/08/2015

établissements afin d'amener les passants par exemple à recevoir divers messages ou faire la démarche de venir jusqu'au zoo. Ce fût le cas de l'exposition "Tigres dans la ville" mise en place par le Parc zoologique d'Amnéville. En disposant une dizaine de statuts de tigres en tailles réelles, peintes par des artistes très différents, à la gare de Metz, les voyageurs ont ainsi pu être sensibilisés aux menaces pesant sur les populations de tigres en Asie et à l'engagement financier des parcs animaliers envers des programmes de conservation.<sup>79</sup>

---

<sup>79</sup> <http://www.zoo-amneville.com/UnTigreDansLaVille.php>

## 9. LIEUX D'ÉDUCATION: LA VOCATION SCIENTIFIQUE DES PARCS ZOOLOGIQUES

Certains parcs zoologiques semblent se rapprocher des parcs d'attraction tandis que d'autres se trouvent être plus proches de certains musées, cependant tous semblent prendre également à cœur leur mission d'éducation. Nous avons vu dans le premier chapitre de ce mémoire que leur évolution a toujours été liée, de près ou de loin, à un aspect scientifique. Grâce à leur expertise et l'espace qu'ils proposent ces lieux peuvent devenir des supports pédagogiques exceptionnels. De plus, une implication forte en terme d'éducation et de pédagogie est une des recommandations de la stratégie mondiale de la WAZA ayant pour but de renforcer la légitimité des parcs animaliers.

### 9.1. SUR PLACE, UNE MISSION ÉDUCATIVE PRISE À CŒUR

Alors que la mission de recherche incombée aux parcs animaliers est depuis toujours sous-jacente, la mission éducative est quant à elle beaucoup plus récente puisqu'elle date seulement des années 1980 (MORRIER, 2015). En effet, celle-ci est apparue en même temps que le processus de légitimation entamé par les parcs zoologiques depuis la crise du milieu du XX<sup>ème</sup> siècle. Alors qu'ils prenaient conscience des connaissances acquises et de l'expertise développée en leur sein, partager leurs connaissances est devenu une pratique commune. Aujourd'hui, la grande majorité des parcs animaliers possède une équipe dédiée à la pédagogie, composée d'une seule personne ou d'un service entier. En parallèle, les activités proposées par les parcs permettent aux enseignants de mettre en place des sorties scolaires et faire vivre à leurs élèves des expériences inédites.

Désormais, le public scolaire est donc devenu une cible privilégiée pour les parcs qui misent beaucoup sur ce positionnement en tant que lieux d'éducation. L'analyse des trois parcs français dans le chapitre précédent va d'ailleurs en ce sens. On y remarque en effet que l'une des recommandations de la WAZA, *Les zoos sont éducatifs*, est particulièrement présente dans les supports étudiés pour chacun des parcs.

Parmi les outils éducatifs proposés par la quasi totalité des parcs, on retrouve notamment les panneaux d'informations disposés devant les enclos des différents animaux. Ceux-ci abordent généralement les points suivants :

- Nom vernaculaire et scientifique de l'espèce présentée,
- Classification,
- Statut de protection de l'espèce d'après l'UICN (Vulnérable, En danger, etc.),
- Régime alimentaire,
- Aire de répartition géographique et milieu de vie,
- Durée de vie,
- Morphologie (taille, poids, dimorphisme sexuel ou non, etc.),
- Informations relatives à sa vie sociale (solitaire ou grégaire, groupes de femelles, place du mâle, etc.),
- Informations relatives à la reproduction (parade amoureuse, durée de la gestation, nombre de petits, temps de sevrage),
- Appartenance à un programme d'élevage européen (EEP),

- Particularités intéressante concernant l'espèce ou les individus présentés,
- Éventuellement, présentation de programmes de conservation soutenus par le parc.

Les goûters des animaux, voire certains spectacles, sont également des rendez-vous en partie pédagogiques mis en place par de très nombreux parcs. Ces instants sont l'occasion à la fois pour le public d'observer les animaux en train de manger et pour le soigneur-animateur de faire passer des messages relatifs à l'animal concernant par exemple sa biologie, son comportement, les menaces qui pèsent sur son espèce ou encore, plus largement, la protection de l'environnement.

Nombreux sont également les parcs qui distribuent des livrets pour les enfants à l'entrée. Ceux-ci permettent de les aider à rendre la visite plus ludique en suivant un fil conducteur et leur permettant de gagner des goodies à la fin de la visite. En alliant jeu et découverte, les enfants sont ainsi susceptibles de retenir plus de choses de leur visite (cf. figure 12).



**Figure 12.** Différents supports pédagogiques présents, en libre accès pour le public, au Bioparc de Doué-la-Fontaine. De gauche à droite: un livret pour les enfants (Le P'tit Journal), une table à empreinte, des totems de présentations des animaux

Au-delà de ces outils et rendez-vous proposés aux visiteurs, d'autres supports ont été réalisés spécifiquement pour le public scolaire en tenant compte des tranches d'âge et des programmes faits par le Ministère de l'Éducation Nationale. De manière générale, les visites peuvent se dérouler en autonomie pour l'enseignant qui dispose alors d'un matériel spécifique ou bien en relai avec l'équipe pédagogique du parc. Souvent, des livrets et mallettes pédagogiques sont à la disposition des enseignants et leur permettent d'aborder des sujets très variés en lien avec les parcs et programmes pédagogiques en vigueur.

Afin de se différencier, les parcs développent plus ou moins cet aspect éducatif. Ainsi, certains vont seulement proposer des mallettes pédagogiques et panneaux d'informations à travers le parc tandis que d'autres vont s'investir de cette mission d'éducation en proposant une grande diversité d'activités. Au ZooParc de Beauval, pas moins de 25 activités et 5 thématiques de visites guidées sont par exemple proposées. De son côté, le Bioparc de Doué-la-Fontaine a mis en place des séjours sur place d'une semaine ou encore des projets à l'année afin de permettre aux classes de suivre les événements de l'établissement sur une année complète et d'étudier un large panel de thématiques. Enfin, le Parc zoologique et botanique de Branféré (56) accueille lui depuis 1995 l'École Nicolas Hulot pour l'Homme et la Nature, école affiliée à la fondation Nicolas Hulot pour l'Homme et la Nature entièrement dédiée à l'environnement et à l'accueil de groupes scolaires ou sorties périscolaires.<sup>80</sup>

<sup>80</sup> <http://www.branfere.com/ecole-nicolas-hulot-2-159.html>, consulté pour la dernière fois le 17/08/2015

## **9.2. AU-DELÀ DU PARC ZOOLOGIQUE: L'AVANT / APRÈS**

Alors que le développement des activités à vocation éducative proposées au sein même des parcs zoologiques n'a cessé d'évoluer, certains parcs tentent désormais d'aider les visiteurs à préparer, prolonger ou donner une autre dimension à leur visite. En relayant plus d'informations et utilisant d'autres moyens de divulgation des connaissances, la mission éducative de ces parcs dépasse désormais les limites géographiques de ceux-ci. Un des facteurs ayant permis cela est le développement du numérique et des réseaux sociaux.

### ***Diffusion de connaissances et réseaux sociaux***

Les réseaux sociaux permettent aujourd'hui à un grand nombre de parcs de prendre part au quotidien de leur public. Alors que la plupart des parcs possède leur page Facebook, très peu sont présents sur Twitter. Cela peut s'expliquer du fait de leur public cible. En effet, tout au long de ma formation, il est apparu que Twitter était un réseau social plus professionnel que Facebook, lui axé plus sur la vie quotidienne et les amis. Or, le public auquel s'adresse majoritairement les parcs zoologiques est composé de jeunes, de familles, de touristes, etc. que l'on retrouve donc plus facilement sur Facebook que sur Twitter. En y donnant des nouvelles de leurs pensionnaires, y annonçant des nouveautés ou encore partageant et remerciant les internautes pour leurs visites et commentaires, des communautés se créent ainsi autour du parc animalier en question. Publier des informations de manière régulière est un moyen pour les parcs zoologiques de vulgariser leurs savoirs en transmettant des informations plus ou moins techniques sur les animaux et faisant ainsi découvrir l'expertise nécessaire à la gestion d'un parc zoologique.

Également, la présence de certains parcs animaliers sur les réseaux sociaux joue un rôle important dans la gestion du débat autour de la question éthique. En effet, ces espaces de discussions peuvent permettre d'aborder des thématiques parfois sensibles et diffuser des connaissances inconnues ou mal connues pour le grand public. Dans le cadre particulier des parcs zoologiques que nous avons étudié en première partie de ce document, des événements simples comme une blessure ou la mort d'un animal peuvent susciter des réactions vives et avoir des impacts sur l'ensemble de la communauté zoologique. Ainsi, le fait de prendre le temps de répondre directement aux internautes choqués peut permettre de calmer les tensions en expliquant des notions inconnus du grand public. Ainsi, au cours de ma période de stage, l'émission "En quête d'actualité", diffusé sur D8 le 17 juin 2015, a consacré une partie de son émission ayant pour thème la réussite des parcs animaliers au Parc et Château de Thoiry. Une des séquences relatait l'arrivée d'un jeune rhinocéros qui, en descendant de la caisse de transport, présentait une tâche de sang sur la croupe. Cette séquence a entraîné quelques réactions vives sur la page Facebook du Parc de la part d'internautes choqués, ayant interprété les images selon leurs connaissances et généralisant cette blessure en relançant des questions sur la captivité en milieu zoologique. La réaction de l'équipe du parc a été de répondre individuellement à chaque personne en leur expliquant précisément les conditions de transports de l'animal (réalisées par des transporteurs spécialisés), l'épaisseur de la peau d'un rhinocéros, la gravité de la blessure (une simple égratignure en l'occurrence), les conditions dans lesquelles il vivait désormais et la nécessité pour cet animal d'avoir été déplacé à Thoiry (dans le cadre des programmes d'élevage européens). Cette attitude a entraîné deux réactions de la part des personnes choquées: un

apaisement du ton de leurs propos ainsi que des remerciements portant sur le simple fait d'avoir répondu et l'aspect constructif de la réponse. Cet exemple permet ici d'illustrer comment la présence des parcs zoologiques sur les réseaux sociaux peut jouer en leur faveur face à certaines situations en apportant des informations scientifiques et techniques peu connues du grand public. Ainsi la gestion d'un épisode de crise par un argumentaire construit, qui plus est scientifique et technique, permet à la fois de tempérer un débat qui fût vif par le passé et de participer à la diffusion des connaissances.

### ***Diffusion de connaissances et applications mobile***

En plus des réseaux sociaux, les progrès des outils numériques s'associent à la démocratisation du smartphone et au développement des applications mobiles. Toujours dans cette volonté de prolonger la visite et de devenir plus que des espaces physiques, certains parcs zoologiques ont développé leurs propres applications mobiles.

En effet, il est un fait avéré que les panneaux informatifs situés devant les enclos des différentes espèces sont peu consultés, outre le nom de l'espèce et sa répartition géographique (CHAUMIER, 2008). Pour pallier à cela et tenter d'attirer le visiteur à découvrir plus que l'individu présenté dans l'enclos face à lui, des applications mobiles comme celle du Parc zoologique et botanique de Mulhouse (68) propose par exemple de charger des informations directement sur son smartphone grâce à un flash code. Dans le cas de cette application en particulier, les informations chargées sont plus concises et relèvent du factuel concernant les différentes espèces. Une fois le QR-Code flashé, les informations sont enregistrées dans l'application et consultables ultérieurement sur son smartphone. Ainsi, suite à une visite, le visiteur peut raconter sa journée en partageant les photos de l'application et reçoit donc l'information une seconde fois. Cette application a également pour but de rejoindre celui des livrets ludo-éducatifs délivrés à l'entrée du Parc. En proposant un jeu de piste sur la thématique de la banquise, les enfants sont également amenés à parcourir le Parc et rechercher des informations spécifiques tout en s'amusant (Figure 13). Là encore, le fait de pouvoir télécharger au préalable l'application et ses contenus, d'y avoir accès au cours de la visite puis de pouvoir s'y référer de nouveau ultérieurement permet au visiteur de donner une dimension nouvelle à une simple visite familiale. D'autres informations peuvent également figurer sur ce genre d'application comme les cris des animaux ou des informations moins factuelles se rapprochant de celles présentes sur les panneaux informatifs. C'est notamment le cas sur l'application développée par le Parc zoologique de Montpellier (34).



**Figure 13.** Visuel du jeu de piste de l'application mobile du Parc zoologique et botanique de Mulhouse s'adressant aux enfants.

### CONCLUSION DU CHAPITRE 3.

L'analyse des supports de communication du Bioparc de Doué-la-Fontaine, du ZooParc de Beauval et du Parc zoologique d'Amnéville a montré dans le deuxième chapitre que, bien que ces trois établissements répondent aux mêmes critères d'adhésion aux associations nationales et internationales et de reconnaissance du public, les valeurs que chacun met en avant dépendent avant tout de leurs intérêts propres. En effet, ces trois structures sont également des structures privées devant faire face à la notion de concurrence comme toutes autres entreprises initialement positionnées sur le même marché. Ainsi, pour se différencier, les chemins que prennent chacun tendent actuellement à se diversifier et on assiste aujourd'hui à des ambiguïtés de positionnement.

Pourtant, derrière les différents positionnements proposés dans ce chapitre, on remarque que les missions qui leur sont désormais conférés restent proches. Ainsi, tous semblent se préoccuper de leur mission d'éducation au travers la proposition d'activités éducatives, même si certains comme le Parc zoologique et botanique de Branféré ou le ZooParc de Beauval la prennent particulièrement à cœur. De son côté, la mission de récréation est elle beaucoup plus questionnée dans certains parcs et privilégiée dans d'autres comme le Parc zoologique d'Amnéville ou encore Le Pal. Dans le cas de ces deux parcs, l'intérêt pour cette mission de récréation prend le dessus sur les autres missions et on peut se poser la question de leur rapprochement avec des parcs de loisirs purement touristiques comme le Puy du Fou ou le Parc Astérix. À l'inverse, des parcs comme le Bioparc de Doué-la-Fontaine se positionnent eux sur des valeurs proches de ceux des musées en prônant leur expertise et la sensibilisation du public venant à leur rencontre. Cependant, tout comme certains musées, ce positionnement peut les couper d'une partie du public en s'adressant moins à un public touristique. Enfin, se pose la question des nombreux rapprochements qui peuvent être fait entre parcs zoologiques et musées ou lieux d'exposition. Leur passé commun et les similitudes dans les codes de présentations, le vocabulaire employé et les intentions pourraient également les mener à travailler dans le même sens. L'image sérieuse de ces lieux qui se dégage serait en effet un atout dans le processus de reconnaissance entamé par la WAZA.

En conclusion, on remarque que le positionnement actuel des parcs zoologiques semble complexe et les stratégies de communication mises en place ne favorisent pas un positionnement clair. D'un côté, une réflexion en tant qu'entreprise les pousse à mettre en avant des promesses d'expériences uniques et d'émotions, tandis que de l'autre, leur passé chargé les pousse à légitimer en permanence leur existence grâce à leur expertise. Cette confusion et l'amalgame permanents entre les parcs sont sans doute aujourd'hui un frein à la reconnaissance des parcs animaliers en tant que porte parole d'un message scientifique digne de confiance.

## CONCLUSION

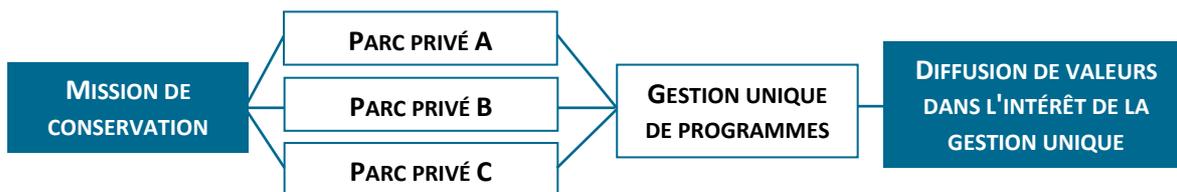
L'évolution des parcs zoologiques au fil des siècles a suivi celle de la société jusqu'au milieu du XX<sup>ème</sup> siècle. En effet, alors que la société française a commencé à prendre soin d'elle, à bénéficier de jours de congés et de temps de travail réduits, les parcs zoologiques sont eux restés sur une logique coloniale tant dans les méthodes d'acquisition des animaux que dans leur présentation au public. En parallèle, le développement des médias a permis à la société de découvrir la biodiversité mondiale sous un autre angle que celui présenté dans les parcs animaliers. Plusieurs films et événements ont alors fait éclater une crise fragilisant fortement la confiance de la société envers ces établissements.

Pour retrouver une utilité légitime et cette confiance perdue, des associations internationales comme la WAZA ont travaillé et continuent de travailler à la création d'une stratégie commune à tous ces membres. L'histoire des parcs animaliers ayant toujours été liée à la science, la volonté actuelle de la WAZA est de faire de ses membres des structures spécialisées dans la conservation des espèces sauvages menacées. Pour cela, une "Stratégie mondiale de conservation pour la faune et la flore" a été rédigée 1999 puis rééditée en 2005, incluant des recommandations en terme de communication. Une analyse des discours de 3 parcs zoologiques français nous a permis de remarquer celles-ci étaient d'ailleurs prises en compte par les membres de l'association internationale. Cependant la multiplication des valeurs défendues ceux-ci mène à des ambiguïtés fragilisant la réputation des parcs animaliers, toujours non reconnus comme étant des organismes clés en matière de conservation. Pour exemple, le 19 mai 2015, lors d'une conférence organisée par l'Agence Française de Développement (AFD) intitulée "Qui doit financer la conservation de la biodiversité?", ceux-ci n'ont ainsi pas même été évoqués<sup>81</sup>.

Pour réussir à faire en sorte que l'ensemble des parcs véhiculent les mêmes valeurs autour de la conservation, comme le souhaite la WAZA, la création d'une instance centralisant les dons et programmes de conservation pourrait permettre de mettre en place une stratégie de communication unique, plus unitaire, tout en permettant aux parcs de communiquer individuellement sur leurs intérêts propres. Celle-ci pourrait par exemple être gérée par la WAZA ou par l'UICN, les deux ayant la légitimité nécessaire pour le faire. La différence avec la gestion actuelle serait alors que l'aspect conservation ne relèverait plus des intérêts propres à chaque établissement mais de l'intérêt commun pour améliorer la réputation globale des parcs animaliers et la recherche en terme de biologie de la conservation. Ainsi, les valeurs véhiculées dans les communications de chaque parc seraient alors plus cohérentes et permettraient de gagner à la fois en reconnaissance dans milieu de la conservation et en confiance vis-à-vis de la société. Les parcs animaliers savent d'ailleurs déjà communiquer sur leur travail main dans la main dans le cadre des programmes d'élevage européens. Pour résumer de manière simple, le schéma présenté en conclusion du chapitre 2 (cf. figure 8) deviendrait alors le suivant:

---

<sup>81</sup> La vidéo de la conférence est accessible en ligne à l'adresse suivante:  
<http://ideas4development.org/qui-doit-financer-la-conservation-de-la-nature/>



**Figure 14.** Représentation d'une alternative au fonctionnement actuel de la communication des parcs animaliers, autour de leur mission de conservation

Également un des freins à la réussite de la mise en place d'une stratégie commune entre les parcs animaliers réside dans leur statut juridique. Le fait qu'une grande partie d'entre eux soit des entreprises privées a provoqué la mise en concurrence de ces établissements induisant un besoin de différenciation des uns vis-à-vis des autres ; ce qui pose désormais la question de leur positionnement. Entre parcs d'attraction, lieux d'exposition et/ou lieux d'éducation, celui-ci est difficile à définir de manière unitaire pour l'ensemble des parcs zoologiques, desservant ainsi la reconnaissance par le milieu scientifique de l'utilité des parcs animaliers.

Or, malgré les ambiguïtés de positionnement des parcs animaliers, il apparaît que tous semblent porter un intérêt pour les questions de diffusion des connaissances et de questionnement quant à la place de l'Homme par rapport à la nature. Alors qu'un des enjeux forts des parcs zoologiques du XXI<sup>ème</sup> siècle réside dans le développement de stratégies de communication claires afin de ne pas perdre le regain d'intérêt de la société, l'inscription des parcs zoologiques dans le paysage de la communication scientifique, technique et industrielle (CSTI) ne serait-elle pas finalement l'objectif à atteindre pour allier divertissement et expertise scientifique?

*" La question actuelle serait la suivante : les parcs zoologiques, acteurs de la culture scientifique, peuvent-ils aujourd'hui tisser des liens avec les autres acteurs de la CSTI et apporter ainsi leur savoir, leurs espaces et leur public au réseau existant ? "*

Christine MORRIER, Directrice du Zoo d'Amiens Métropole (MORRIER, 2015)

## BIBLIOGRAPHIE ET CONFÉRENCES

### Ouvrages

BARATAY Éric et HARDOUIN-FUGIER Élisabeth, *Zoos - histoire des jardins zoologiques en occident (XVI<sup>ème</sup>-XX<sup>ème</sup> siècle)*, Paris, Éditions La Découverte, 1998, coll. "Texte à l'appui/série Écologie et société", 292 p.

GAY Pierre, *Des zoos pour quoi faire? Pour une nouvelle philosophie de la conservation*, Paris, Delachaux et Niestlé, 2005, 223 p.

LECLERC-CASSAN Maryvonne, PINON Dominique et WARMOES Isabelle, *Le Parc zoologique de Paris - Des origines à la rénovation*, Paris, 2014, Somogy éditions d'art, 253 p.

LIBAERT Thierry et JOHANNES Karine, *La communication corporate*, Paris, Dunod, 2010, coll. "Les Topos", 128p.

WAZA, *Construire un avenir pour la faune et la flore - La Stratégie Mondiale de Conservation des Zoos et Aquariums*, [Ressource en ligne], 2005. Téléchargeable à l'adresse suivante: [http://www.waza.org/files/webcontent/1.public\\_site/5.conservation/conservation\\_strategies/building\\_a\\_future\\_for\\_wildlife/WZACS\\_FR.pdf](http://www.waza.org/files/webcontent/1.public_site/5.conservation/conservation_strategies/building_a_future_for_wildlife/WZACS_FR.pdf)

### Revue

UICN, *An introduction to the African Convention on the Conservation of Nature and Natural Resources - Introduction à la Convention africaine sur la conservation de la nature et des ressources naturelles*, Gland (Suisse), International Union for Conservation of Nature et Natural Resources, 2006 (2<sup>ème</sup> édition), 96 p.

### Articles

ABEGG Christophe et JOULIAN Frédéric, *Zoos et cause animale*, in: *Techniques & Culture* [Ressource en ligne], N°50, 2008. Mis en ligne le 31 décembre 2010, Téléchargeable à l'adresse suivante : <http://tc.revues.org/3945>

AFP, *Signature d'un accord pour le prêt de deux pandas à la France*, Paris, Agence France Presse, 3 décembre 2011, 491 mots

CHAUMIER Serge, *Quand les objets s'animent*, in: *Techniques & Culture* [Ressource en ligne], N°50, 2008. Mis en ligne le 31 décembre 2010, Téléchargeable à l'adresse suivante : <http://tc.revues.org/3947>

DESROUSSEAUX Christine, *Du sérail au parc zoologique*, in: *Vacarme*, Paris, Association Vacarme, N°11, 2000, pp. 25-27

ESTEBANEZ Jean, *Le zoo comme dispositif spatial: mise en scène du monde et de la juste distance entre l'humain et l'animal*, in: *L'Espace Géographique*, Paris, Belin, Vol. 39, 2012, pp. 172-179

### **Dictionnaire**

LAROUSSE, *Larousse de poche 2006 - Édition mise à jour*, Paris, Larousse, 2005, 1 041p.

### **Notes de cours**

MAGGIONI Ludovic, *Conception et analyse d'expositions* [présentation PowerPoint], Université Stendhal - Grenoble 3, 2014.

### **Conférences et séminaires**

Agence Française de Développement (AFD), *Qui doit financer la conservation de la nature ?*, AFD Paris, 19 mai 2015

Disponible sur : <http://ideas4development.org/qui-doit-financer-la-conservation-de-la-nature/>  
[Dernière consultation 17/08/2015]

#### Intervenants:

DU CASTEL Christophe, responsable thématique Biodiversité, AFD

GILBERT Laurent, directeur du Développement International de la Recherche Avancée, L'Oréal

GROUTEL Emmanuel, économiste, Consultant FAO

GUINGAND Aurélien, économiste, CDC Biodiversité

KARSENTY Alain, économiste, CIRAD

Parc zoologique de Paris et le Muséum national d'Histoire naturelle (MNHN), *Le zoo comme lieu de patrimoines : un musée animal ?*, Parc zoologique de Paris, Atelier 2 du séminaire "Une anthropologie du zoo", 26 mai 2015

#### Intervenants:

BONDAZ Julien, *Musées et zoos en Afrique de l'Ouest* ;

MAIRESSE François, *L'institution du zoo comme musée* ;

BERTHON Valentine, *Le Parc zoologique de Paris comme exposition d'une collection vivante, du point de vue des visiteurs*

## SITOGRAPHIE

Interview de MORRIER Christine, *La mise en culture des parcs zoologiques, une évidence improbable...*, in: *Bulletin de l'AMCSTI - Les sciences et techniques en culture*, mise en ligne le 10/08/2015 [Dernière consultation le 21/08/2015]:

<http://www.bulletin-amcsti.fr/la-mise-en-culture-des-parcs-zoologiques-une-evidence-improbable>

Site de la pétition contre l'euthanasie du girafon Marius [Dernière consultation le 21/07/2015]:  
[www.thepetitionsite.com/528/607/193/save-marius-the-giraffe-from-the-bolt-gun-now](http://www.thepetitionsite.com/528/607/193/save-marius-the-giraffe-from-the-bolt-gun-now)

Site du Bioparc de Doué-la-Fontaine [Dernière consultation le 18/08/2015]:  
<http://www.bioparc-zoo.fr/fr>

Site du Ministère de la Culture et de la Communication [Dernière consultation le 18/08/2015]:  
[www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)

Site du Ministère du développement durable [Dernière consultation le 13/07/2015]:  
[www.developpement-durable.gouv.fr/Parcs-zoologiques-et-aquariums.html](http://www.developpement-durable.gouv.fr/Parcs-zoologiques-et-aquariums.html)

Site du Muséum national d'Histoire naturelle [Dernière consultation le 15/07/2015]:  
[www.mnhn.fr](http://www.mnhn.fr)

Site du Parc zoologique d'Amnéville [Dernière consultation le 18/08/2015]:  
<http://www.zoo-amneville.com>

Site du ZooParc de Beauval [Dernière consultation le 18/08/2015]:  
[www.zoob Beauval.com](http://www.zoob Beauval.com)

## TABLE DES ILLUSTRATIONS

<b>Figure 1.</b> Représentation de la Ménagerie du Château de Versailles extraite d'une reconstitution 3D réalisée par les équipes du Château de Versailles. Source: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=c6vgyJshXp8">https://www.youtube.com/watch?v=c6vgyJshXp8</a> .....	10
<b>Figure 2.</b> Gravure de Wilhem Kuhnert illustrant l'idée des panoramas de Carl Hagenbeck (1898) .....	13
<b>Figure 3.</b> Affiche du film <i>Blackfish</i> , 2013.....	20
<b>Figure 4.</b> Graphique présentant les thématiques abordées dans les 56 publications de la page Facebook du Bioparc de Doué-la-Fontaine entre le 1 <sup>er</sup> janvier et le 14 juillet 2015.....	28
<b>Figure 5.</b> Graphique représentant les thématiques abordées dans les 83 publications de la page Facebook du ZooParc de Beauval entre le 1 <sup>er</sup> janvier et le 14 juillet 2015 .....	33
<b>Figure 6.</b> Graphique représentant les thématiques abordées dans les 106 publications de la page Facebook du Parc Zoologique d'Amnéville entre le 1 <sup>er</sup> janvier et le 14 juillet 2015 .....	38
<b>Figure 7.</b> Tableau comparatif des résultats d'analyse des trois parcs animaliers français. ....	41
<b>Figure 8.</b> Représentation du fonctionnement actuel de la communication des parcs animaliers, autour de leur mission de conservation.....	42
<b>Figure 9.</b> Espace dédié au spectacle des otaries: à gauche dans un parc zoologique (ZooParc de Beauval), à droite dans un parc d'attraction (Parc Astérix) .....	44
<b>Figure 10.</b> Attractions proposées à gauche dans un parc zoologique (Le Pal, <i>Le Twist</i> ), à droite dans un parc d'attraction (Parc Astérix, <i>Goudurix</i> ) .....	45
<b>Figure 11.</b> La scénographie se joue dès l'entrée du parc, ici au Bioparc de Doué-la-Fontaine (en haut à gauche), au ZooParc de Beauval (en haut à droite) et au Parc zoologique d'Amnéville (en bas). Ces entrées reflètent les valeurs de chaque parc que nous avons fait ressortir dans le chapitre 2.....	48
<b>Figure 12.</b> Différents supports pédagogiques présents, en libre accès pour le public, au Bioparc de Doué-la-Fontaine. De gauche à droite : un livret pour les enfants (Le P'tit Journal), une table à empreinte, des totems de présentations des animaux.....	52
<b>Figure 13.</b> Visuel du jeu de piste de l'application mobile du Parc zoologique et botanique de Mulhouse s'adressant aux enfants.....	54
<b>Figure 14.</b> Représentation d'une alternative au fonctionnement actuel de la communication des parcs animaliers, autour de leur mission de conservation.....	57

## TABLE DES ANNEXES

### ANNEXE 1

CHAPITRE 6 DE LA STRATÉGIE MONDIALE DE CONSERVATION DES ZOOS ET AQUARIUMS, SECONDE ÉDITION DATÉ DE 2005 (WAZA, 2005).....	63
--	----

### ANNEXE 2

GRILLE D'ANALYSE - BIOPARC DOUÉ-LA-FONTAINE .....	68
---	----

### ANNEXE 3

GRILLE D'ANALYSE - ZOOPARC DE BEAUVAL.....	74
--	----

### ANNEXE 4

GRILLE D'ANALYSE - PARC ZOOLOGIQUE D'AMNÉVILLE.....	79
---	----

## ANNEXE 1

# CHAPITRE 6 DE LA STRATÉGIE MONDIALE DE CONSERVATION DES ZOOS ET AQUARIUMS, SECONDE ÉDITION DATÉ DE 2005 (WAZA, 2005)

61



## Chapitre 6 Communication : marketing et relations publiques

### Résumé

Ce chapitre présente une vision des zoos et aquariums comme figurant parmi les acteurs les plus importants de la conservation grâce à leur efficacité dans la communication des questions de conservation, à leur intégrité et à leur expertise. Ce chapitre expose un ensemble de principes grâce auxquels les zoos et aquariums peuvent mieux communiquer sur leurs succès relatifs à la conservation. Ces principes comprennent : les zoos et aquariums sont universels, stimulants, éducatifs et s'occupent bien de leurs animaux. Ils sont des organismes de conservation qui aident au changement ; ils apportent beaucoup aux populations urbaines, sont responsables et éthiques et le soutien des membres et des visiteurs aide la conservation dans la nature. Cependant, en plus de la conservation, de l'éducation, du bien-être animal et de la recherche scientifique, il est aussi question d'amusement dans les zoos et aquariums. Conservation et amusement ne sont pas incompatibles. Afin d'établir un meilleur profil des zoos et aquariums en tant qu'organisations de conservation, chaque institution a besoin d'une stratégie de communication. Cette stratégie devrait être conçue afin d'inclure la catégorisation des visiteurs et l'intégration de la communication, grâce à une collaboration entre le personnel chargé du marketing et le personnel chargé des animaux, de l'éducation et de la recherche, ainsi qu'avec d'autres organisations pour la faune sauvage. Cette intégration devrait s'étendre à des activités telles que l'élaboration du plan de collection, la révision du code d'éthique, la conception d'enclos, les événements et les explications. Les messages transmis devraient être factuels, positifs, proactifs et optimistes. Cette stratégie devrait inclure un maillage de réseau, un partage d'informations avec d'autres organisations (pour le marketing et le benchmarking) et un développement, grâce à des formations, du professionnalisme des capacités de communication du personnel. Les zoos et aquariums devraient utiliser tous les médias de communication à disposition et reconnaître que tout le personnel et tous les bénévoles doivent être correctement informés, pour qu'ils puissent faire office de porteurs de messages dans leurs familles et leurs communautés. Il est également recommandé que les zoos et aquariums impliquent des groupes et des personnes anti-zoos dans le débat et fassent preuve de clarté et de transparence dans toutes leurs activités. La stratégie de communication devrait être contrôlée, évaluée et partagée. Une stratégie de communication solide et intégrée tient un rôle important dans le développement des zoos et aquariums en tant qu'organismes actifs et efficaces pour la conservation.

### Une vision du futur

Les zoos et aquariums et leurs associations régionales et nationales deviendront extrêmement efficaces dans la communication des questions de conservation et de leur implication au niveau de la conservation. Ils deviendront mieux reconnus, comme l'une des voix les plus importantes et dignes de confiance, parlant au nom de toute la faune sauvage.

62

### 6.1 Introduction

Dans un monde où les habitats s'amenuisent rapidement, où des espèces sont en voie d'extinction et où l'urbanisation se développe, les zoos et aquariums sont particulièrement bien placés pour connecter les gens à leur environnement naturel, pour les amener à l'apprécier et les inciter à contribuer activement au ralentissement du rythme implacable de la destruction de l'environnement.

Les zoos et aquariums luttent avec succès pour la conservation des espèces animales menacées depuis au moins 70 ans, mais il faut que cela soit communiqué de manière plus efficace, en insistant sur le fait qu'il reste bien peu de choses de la nature et que la faune sauvage est gravement menacée. Certaines personnes émettent encore des réserves sur le fait de garder des animaux dans des zoos et aquariums et voient un antagonisme entre attraction des visiteurs et conservation des animaux.

Leur confusion est aggravée par les groupes anti-zoos et par des mouvements de défense du bien-être animal, qui obligent la communauté des zoos et aquariums à réagir à la critique et à expliquer ou à justifier des points particuliers, tels que l'éthique ou le bien-être des animaux. Lorsque les zoos sont sur la défensive, de précieuses ressources en temps et en énergie sont détournées de la communication relative à la conservation ou de l'explication des principales réalisations de la communauté zoologique. Le succès général des zoos et aquariums en tant qu'organisations de conservation s'efforçant d'être conformes aux critères les plus élevés de bien-être animal est toujours insuffisamment expliqué et connu.

### Ce que les zoos peuvent faire

Les zoos et aquariums, et eux seuls, sont en mesure de mener des activités de conservation collectives extrêmement diverses car ils :

- gardent et soignent des animaux vivants, à partir des quels ils assurent souvent des fonctions importantes de conservation *ex situ* ;
- impliquent et stimulent un grand nombre de gens (environ 10% de la population mondiale), dont beaucoup sont coupés de la nature dans leurs vies quotidiennes ;
- se sont investis dans des partenariats mondiaux sans précédent ;
- étendent leurs activités depuis leurs frontières vers des endroits sauvages à travers le monde, et mettent à exécution une précieuse conservation *in situ* ;
- mènent des recherches scientifiques dans l'intérêt du bien-être animal et de la conservation *in situ* et *ex situ* ;
- sensibilisent leur public à la conservation et à la biodiversité, touchant des millions de personnes à travers le monde, de toutes les cultures et de tous les horizons ;
- élèvent le débat à propos de la gestion de la faune sauvage et de la conservation, et influencent les politiciens, les médias et d'autres ;
- favorisent expérience et expertise de la conservation.

Appuyée par une communication efficace, la communauté des zoos et aquariums peut apporter une contribution essentielle à la sauvegarde de la biodiversité sur cette planète.

### 6.2 Opinions courantes

Au cours de ces 10 dernières années, depuis la publication de la Stratégie Zoologique Mondiale de Conservation, il y a une lente mais constante augmentation de la conscience du rôle des zoos et aquariums dans une conservation significative. Cependant, même parmi les visiteurs des zoos et aquariums, des préoccupations à propos du bien-être persistent, ainsi qu'une impression de « sentiments partagés » à propos du rôle effectif que peuvent avoir les zoos dans la conservation. Plusieurs opinions problématiques sont énumérées ci-dessous.

- Des témoignages suggèrent que les gens s'inquiètent moins pour le bien-être des animaux dans les parcs safaris que dans les zoos traditionnels. Ils se préoccupent aussi généralement moins des poissons gardés en aquariums que des mammifères ou des oiseaux gardés dans les zoos.

- Toutes les recherches disponibles montrent que la majorité des visiteurs des zoos et aquariums sont encore motivés par la quête « d'une sortie réussie ». Cela peut créer une confusion dans la perception par le public du rôle des zoos et aquariums : s'il y est question d'amusement, comment peuvent-ils également avoir un rapport avec quelque chose d'aussi louable que la conservation ?
- Le terme « zoo » a différentes significations dans différentes cultures. Parfois, le mot lui-même peut être un problème : il évoque l'idée d'animaux gardés dans de vieilles ménageries, un individu de chaque espèce, comme dans une collection de timbres...
- Une opinion générale erronée devant être abordée est que les zoos sont des entreprises privées très prospères. La propriété et le mode de fonctionnement des zoos varient à travers le monde : certains zoos sont dirigés par des organisations caritatives ou à but non lucratif, d'autres sont des entreprises privées et d'autres encore sont dirigés par des gouvernements locaux, nationaux ou d'État.
- Il y a un manque général de connaissance de l'existence des réseaux nationaux, régionaux et internationaux d'établissement zoologiques, ainsi que de leurs liens avec des organismes de conservation.
- Il existe peu de mesures développées et de rapports publiés sur les résultats des zoos dans leurs actions de conservation. Un des facteurs de complication est le temps nécessaire pour observer des changements effectifs.
- Le public n'a pas vraiment conscience des critères professionnels rigoureux auxquels les zoos et aquariums doivent être conformes pour être accrédités avec succès au sein des associations zoologiques et aquariophiles.

Le défi consiste à aider les visiteurs à comprendre le lien entre leur visite et le travail des zoos et aquariums dans la réalisation de leurs objectifs de conservation, tout en les rassurant sur les critères de plus en plus élevés de bien-être appliqués aux animaux des zoos.

### 6. 3 Nouveaux objectifs

En termes de communication, les zoos et aquariums seront :

- efficaces pour inspirer le public, lui communiquer le message de conservation et pratiquer une évaluation efficace ;
- reconnus comme experts sur les questions de conservation, et comme une communauté dynamique et endurante d'institutions qui reconnectent les gens avec la nature ;
- des institutions socialement et culturellement intégrées, en qui on a confiance car elles prêchent par l'exemple et que l'on considère comme une source fiable et sûre d'informations.

Ils se réjouiront également des critiques constructives et travailleront pour répondre à toutes les préoccupations légitimes de ce type.

Les zoos et aquariums communiqueront leurs résultats en se concentrant sur les messages suivants.

#### *Les zoos et aquariums sont universels*

Les zoos et aquariums sont particulièrement bien placés pour être un atout efficace en faveur d'une action positive dans un monde qui se transforme rapidement. Sur les 10 prochaines années, ils devraient transmettre ce message, afin qu'ils ne soient plus obligés de s'excuser de détenir des animaux dans des environnements contrôlés. Au lieu de cela, leur valeur sera largement comprise et ils seront appréciés pour leur contribution à la conservation de la biodiversité.

Les zoos et aquariums devraient se concentrer sur le caractère unique de ce qu'ils ont à proposer : des animaux vivants, un personnel expérimenté qui se consacre à leurs soins et à leur survie à long terme en tant qu'espèces à l'état sauvage. Les collections devraient inciter les visiteurs à ressentir et à apprécier ce sentiment de surprise et d'émerveillement créé par la proximité de véritables animaux vivants, dans des habitats qui reproduisent les conditions naturelles.

#### *Les zoos et aquariums sont des centres de conservation*

Les zoos et aquariums devraient encourager les visiteurs à comprendre les rapports entre les animaux qu'ils voient et leurs congénères à l'état sauvage, et comment les visiteurs sont utiles aux deux. Ils devraient aussi promouvoir les succès de conservation *in situ* d'autres zoos et aquariums, ainsi que d'autres organisations de conservation.

#### *Les zoos et aquariums aident à procéder à des changements*

Une communication efficace n'a pas seulement un effet sur ce que les gens pensent des zoos et aquariums, mais aussi sur ce qu'ils pensent du monde qui les entoure et de leur aide à la sauvegarde de sa biodiversité et de ses habitats. L'information sur la réutilisation et le recyclage devrait faire partie intégrante du message de l'institution sur la durabilité environnementale.

Les visiteurs seront capables, suite à leur visite, de « faire la différence ». Les zoos et aquariums doivent leur donner des idées et des suggestions concrètes concernant les mesures qu'ils peuvent prendre au niveau individuel, même à une petite échelle. Chaque institution devrait démontrer l'importance de la conservation pour la vie des humains et devrait permettre aux gens de prendre des mesures facilement.

Montrer l'exemple est probablement, pour les zoos et aquariums, la manière la plus efficace d'encourager le changement. Ils devraient s'efforcer de bâtir un bilan écologique positif et durable dans toutes leurs activités : utilisation de matériaux de construction appropriés, gestion des déchets, approvisionnements en nourriture, commerce équitable et politiques éthiques pour la collecte de fonds, le parrainage et les investissements. Les zoos et aquariums peuvent développer ces activités avec fierté.

En communiquant ce qu'elle fait en faveur de la conservation, la communauté zoologique va non seulement développer la compréhension et l'appréciation de son rôle dans la sauvegarde de la biodiversité, mais aussi inciter les visiteurs à agir de manière positive afin de changer la vie sur cette planète. De cette façon, les gens se sentiront moins coupables et moins impuissants en ce qui concerne l'état de notre planète. Ils se sentiront plus disposés et capables d'apporter une contribution personnelle.

#### *Les zoos et aquariums sont stimulants*

Les zoos et aquariums vont inspirer les gens à apporter leur aide à la sauvegarde de la biodiversité. Il existe un lien démontrable qui court de la conservation jusqu'à l'éducation, de l'éducation jusqu'à l'inspiration, et de l'inspiration jusqu'à l'amusement, et vice-versa.

#### *Les zoos et aquariums sont responsables*

Les zoos et aquariums devraient faire preuve de clarté et d'honnêteté au sujet de toutes leurs activités. Ils devraient se réjouir de l'examen minutieux de leurs programmes concernant le bien-être, l'élevage, la recherche et l'éducation. Dans les années à venir, le mot « zoo » ne devrait plus avoir aucune connotation péjorative ou douteuse. Il devrait être devenu aussi acceptable que le mot « aquarium » l'est devenu ces dernières années.

#### *Les zoos et aquariums s'occupent bien de leurs animaux*

Les zoos et aquariums devraient communiquer les améliorations permanentes qu'ils apportent au bien-être des animaux et à la conception des enclos, dans l'intérêt à la fois des animaux et des visiteurs : des habitats naturels spacieux, qui enrichissent la vie des animaux et contribuent à une expérience plus intéressante pour les visiteurs.

Le bien-être des animaux est en constante amélioration, étant donné que la connaissance des besoins des animaux (au niveau physique, environnemental, social et psychologique) se développe grâce aux recherches et à l'observation. Les animaux qui sont dans des zoos et aquariums correctement dirigés ont une qualité de vie très élevée : de bons régimes alimentaires, des soins vétérinaires, des habitats adaptés et une absence de prédateurs.

Les zoos et aquariums commanditent et hébergent également de nouvelles recherches sur la gestion de leurs animaux, aussi bien basées sur leur physiologie que sur leur psychologie.

De plus en plus, il existe une législation rigoureuse et raisonnée pour la protection des animaux et des personnes dans les zoos et institutions similaires. Les zoos et aquariums compétents se réjouissent d'une meilleure législation, et participent à sa formulation. Ils doivent être prêts à déclarer que ces zoos qui ne parviennent pas à être conformes, soit en réalité soit dans l'esprit, sont inadmissibles. En dehors du potentiel à compromettre le bien-être des animaux, les zoos de qualité médiocre portent sérieusement atteinte à la réputation et à l'image de tous les zoos compétents. La communauté des zoos et aquariums doit faire tout son possible pour aider à l'amélioration de ces institutions mal entretenues, mais les zoos et aquariums compétents devraient prendre soin de se distancier de ceux qui échouent. Ils devraient largement rendre public leur exclusion ou leur renvoi des organismes régionaux ou nationaux, lorsqu'ils ne répondent pas aux critères minimums en ce qui concerne le bien-être, la conservation et l'éducation.

#### **Les zoos et aquariums ont un intérêt pour les populations urbaines**

Les enfants des villes aujourd'hui sont les défenseurs de la nature et les leaders d'opinion de demain. Les zoos et aquariums sont des lieux d'une paix et d'une tranquillité relatives, parfois même d'une qualité spirituelle. Ils devraient insister sur l'utilité de permettre aux visiteurs de reprendre contact avec la nature, de se sentir bien, à leur place dans l'ordre naturel des choses. Les zoos et aquariums sont des lieux où les gens se rassemblent en famille ou en groupes sociaux, et apprennent et développent des valeurs communes à propos de la faune sauvage et du monde de la nature.

#### **Les zoos et aquariums ont une approche éthique**

L'éthique de gestion des animaux est forcément complexe. La communauté zoologique doit faire son possible pour adopter une approche commune et universelle afin d'expliquer les difficiles questions d'éthique résultant de la gestion des animaux pour la conservation, y compris la réduction des populations pour des raisons de gestion.

#### **Les zoos et aquariums sont éducatifs**

L'éducation a longtemps été reconnue comme étant une réussite majeure des zoos et aquariums. Cependant, les zoos doivent mieux expliquer ce que cela signifie vraiment, qu'ils peuvent être des lieux de découverte et d'apprentissage de toute une vie, que des sujets peuvent être proposés en rapport avec un large éventail de programmes scolaires et que l'éducation peut souvent aboutir au changement.

#### **L'adhésion aux zoos et aquariums aide la conservation à l'état sauvage**

Les gens peuvent être incités à aider les zoos et aquariums pour des raisons altruistes plutôt qu'économiques, si on leur explique de quelle façon leur argent contribue directement à la conservation dans la nature et/ou à améliorer le bien-être dans les zoos et aquariums, ainsi que de quelle façon le zoo travaille avec d'autres organismes de conservation par des événements, la promotion, des expositions, etc... Les zoos et aquariums ne devraient jamais manquer l'occasion de remercier le public pour le soutien que leur visite, leur souscription ou leur parrainage apporte à la conservation et à la biodiversité.

### **6. 4 Divertissement et conservation ne sont pas incompatibles**

Il ne devrait y avoir aucun problème à promouvoir les zoos et aquariums comme des endroits distrayants où l'on se préoccupe aussi de la conservation, de l'éducation, du bien-être et de la recherche. La visite d'un zoo est censée être amusante : elle devrait rappeler le miracle de la vie et la joie du monde naturel aux visiteurs. Pas même le documentaire animalier le plus soigneusement réalisé ne peut remplacer la frappante expérience de voir de véritables animaux, correctement soignés, vivant dans des habitats stimulants qui reproduisent les conditions naturelles, ou d'entendre directement les histoires personnelles des soigneurs. Des stratégies de communication sérieusement élaborées peuvent aider les visiteurs à apprendre tout en s'amusant.

- Des expériences interactives peuvent être réalisées, grâce aux présentations par le personnel du zoo, lorsque soigneurs ou animateurs démontrent et expliquent des comportements naturels des animaux. De telles interactions ne devraient pas stresser inutilement les animaux impliqués.
- Les visiteurs devraient être incités à comprendre que le sentiment d'amusement qu'ils éprouvent aujourd'hui, au cours de leur visite, a un rapport direct avec la conservation des espèces menacées demain.
- Les visiteurs devraient être pourvus de toutes les opportunités de parler au personnel, d'être traités comme des invités, lors d'un voyage commun de découverte et d'évaluation de l'avenir du monde naturel.
- Lorsque les zoos et aquariums sont en lien direct avec d'autres organisations et agences de conservation, les visiteurs seront satisfaits de leur visite, sachant qu'elle contribue de manière positive à la conservation des espèces et des habitats menacés.
- Les gens seront motivés par l'altruisme lorsqu'ils deviendront membres ou parrains des zoos et aquariums : ils deviendront membres pour contribuer davantage à leurs objectifs de conservation, et pas seulement parce que les membres bénéficient d'une entrée permanente pour visiter l'attraction, ou d'autres avantages.

L'objectif commun de communication dans ce contexte est, pour les zoos et aquariums, d'être reconnu et respecté en tant qu'organisations de conservation. Ce rôle de conservation sera totalement compatible avec l'amusement que les zoos et aquariums offrent aux visiteurs : l'amusement et la conservation ne sont pas incompatibles.

### **6. 5 Faire passer le message**

#### **Élaborer une stratégie**

Une première tâche concrète que tous les zoos et aquariums peuvent entreprendre est l'élaboration d'une stratégie de communication.

#### **Identifier le public**

Les visiteurs sont le public cible clé, mais la communauté zoologique devrait également communiquer ses réussites dans la conservation aux politiciens, aux médias, aux universitaires, aux éducateurs et à d'autres gens influents. Les zoos et aquariums devraient communiquer plus efficacement les uns avec les autres, ainsi qu'avec tout le personnel et les bénévoles au sein de leur propre organisation.

#### **Communication intégrée**

Une approche intégrée de la communication est nécessaire afin de communiquer efficacement le travail de conservation des zoos et aquariums dans la nature et ailleurs. Par exemple, les zoos et aquariums devraient établir des liens entre le personnel responsable du marketing, les scientifiques, le personnel responsable des animaux et celui chargé de l'éducation, pour garantir le partage des connaissances au sein de chaque organisation. Ils devraient également établir des liens avec le personnel local et les organisations relatives à la faune sauvage travaillant sur le terrain. Ils devraient aussi établir des liens avec des institutions dans les pays où a lieu le travail *in situ*.

Les personnes chargées du marketing et de l'éducation à l'intérieur des zoos et aquariums doivent travailler ensemble, en étroite collaboration, pour s'assurer qu'ils transmettent les mêmes messages, même si cela est fait de différentes manières et peut-être pour des publics différents.

#### **Les activités intégrées des zoos**

Le marketing devrait être complètement intégré dans les autres activités des zoos : l'élaboration des plans de collection d'animaux, les processus de révision des codes d'éthique, la conception d'enclos, les événementiels et l'éducation. Le fossé qui peut parfois exister entre le personnel chargé du marketing et celui chargé des animaux doit être comblé : tout le monde œuvre pour le même but, et les activités seront plus efficaces si tout le personnel travaille ensemble.

### Communication positive

Les zoos et aquariums devraient s'assurer que leur communication ne ressemble pas à une justification. Il n'est pas nécessaire d'adopter une position défensive. Au contraire, le zoo devrait adopter une approche proactive et positive dans l'ensemble de ses communications. En particulier, les institutions devraient célébrer plus leurs réussites, en soulignant et expliquant le besoin de conservation et de biodiversité. Ainsi, les sceptiques se sentiront plus à l'aise, voire enthousiastes, en ce qui concerne la visite d'un zoo ou d'un aquarium.

Les zoos et aquariums doivent être beaucoup plus clairs, plus concis et plus cohérents dans les messages qu'ils transmettent. Pour cela, ils doivent travailler plus dur, afin de convenir ensemble des messages. Ces derniers devraient être positifs et optimistes. L'avancement permanent de la destruction des ressources naturelles, des habitats et de la faune et la flore de notre planète peut être alarmant et apparemment insurmontable, donc les zoos et aquariums devraient saisir toutes les opportunités de mettre les gens au courant des succès de la conservation, et leur faire savoir comment ils peuvent y participer. La poursuite de la diminution de la biodiversité ne peut pas être tolérée. Aussi, les institutions doivent rappeler aux gens qu'ils représentent définitivement un atout positif dans la bataille contre cette diminution.

Les porte-paroles des zoos et aquariums doivent être clairs à propos de la signification de la conservation. En particulier, ils doivent reconnaître qu'il y a une différence entre la conservation directe, qui aide le travail sur le terrain dans la nature ou les programmes en dehors de la nature et la conservation indirecte, qui essaie de changer les attitudes et les comportements.

### Travailler avec d'autres zoos et aquariums

Les zoos et aquariums doivent s'efforcer de travailler ensemble. Grâce au maillage de réseau, à l'échange d'informations et au benchmarking, ils peuvent partager des informations essentielles qui peuvent alors être communiquées à un public plus large. Les institutions doivent partager leurs données, à la fois pour les besoins du benchmarking et du marketing, par exemple le nombre d'espèces menacées gérées dans des programmes, les succès d'élevage, le nombre de visiteurs ayant reçu les messages de conservation, le nombre d'écologistes et l'éventail des sujets enseignés, le nombre et l'éventail des projets de recherche qui sont menés, les espèces qui ont été rendues à la nature avec succès (en faisant attention de ne pas faire naître d'espérances inopportunes à ce niveau), ou encore le nombre et le type de projets de conservation *in situ* appuyés par les zoos et aquariums. La WAZA est en train de compiler une base de données mondiale des projets de conservation dans lesquels sont impliqués ses membres.

En rassemblant et en partageant des informations de ce type, les messages deviendront plus forts, les zoos et aquariums établiront et renforceront leurs réseaux et la communauté zoologique deviendra une entité plus collective. En parallèle, cette forme de gestion de réseau devrait être étendue à des agences de conservation et à des organisations non gouvernementales.

### Un professionnalisme croissant

La communauté zoologique doit augmenter son niveau de professionnalisme dans les compétences de communication de son personnel. Les personnes responsables du marketing devraient être considérées comme une partie essentielle de l'équipe supérieure de direction de tout zoo ou aquarium et leurs capacités devraient être développées grâce à la formation, aux voyages et au maillage de réseau.

Les zoos et aquariums devraient avoir des stratégies en place, soutenues par des techniques appropriées, afin qu'ils puissent se transmettre des messages rapidement et efficacement entre eux et avec les médias, les ONG compétentes et d'autres. Il est essentiel qu'en cas d'urgence, les zoos travaillent à un plan de crise commun adapté et applicable à leur propre organisation ainsi qu'aux organisations régionales dont ils sont membres.

### Méthodes pour la communication

Les zoos et aquariums devraient saisir toutes les opportunités d'expliquer ce qu'ils accomplissent vraiment en faveur de la conservation, par n'importe quel moyen. Internet est un des outils adaptés. A un niveau plus informel, mais non moins important, tous les membres du personnel doivent être correctement informés, et pas seulement le personnel en première ligne pour parler aux visiteurs, pour qu'ils puissent expliquer à leurs amis et leur famille ce que leur organisation fait pour la conservation.

Communiquer la conservation peut se faire de différentes manières, comme des conférences formelles et des visites guidées, des panneaux d'interprétation et des guides, des dépliants, des affiches, des calendriers, des histoires médiatiques, des événements familiaux et des ateliers, des expositions d'art et de photographies, voire même des sacs en papier dans les boutiques de cadeaux. Il n'y a presque aucune limite en ce qui concerne les différents médias qui peuvent être utilisés pour le support et la communication des questions de conservation, pourtant parfois assez compliquées, tout en renforçant le message à propos du travail de conservation des zoos et aquariums.

### Quel langage ?

Les zoos et aquariums devraient utiliser, partout où cela est possible, un langage simple et direct, en évitant d'utiliser un jargon ou des termes techniques inexpliqués.

### Groupes anti-zoos

Les zoos et aquariums devraient faire face aux détracteurs avec franchise et sur des bases scientifiques. Ils devraient écouter vraiment leurs critiques, partager leurs préoccupations et les inviter à venir voir ce que les zoos et aquariums sont devenus au 21<sup>ème</sup> siècle. Lorsque cela est possible, ils devraient impliquer les personnes et groupes anti-zoos dans les débats. Si les zoos comprennent les questions soulevées par ces personnes, ils peuvent convenir d'une stratégie et d'un message cohérents au sein des réseaux locaux, régionaux ou nationaux afin de pouvoir prendre le contrôle du débat pour le placer à un autre niveau : sur la valeur à long terme de la conservation effectuée par les zoos. La communauté zoologique doit être proactive dans la célébration de tout ce qui est positif à propos des zoos et aquariums.

Les zoos et aquariums doivent faire preuve de clarté et de transparence dans toutes leurs activités, visibles du public comme dans les coulisses. Un zoo qui est à l'aise avec le fait que des visiteurs voient comment il s'occupe de ses animaux est probablement sur la bonne voie.

Les zoos et aquariums devraient accepter le fait qu'ils ne convaincront jamais tout le monde, mais ils peuvent contribuer à éclairer et à convaincre les personnes sceptiques.

## 6. 6 Évaluer la réussite

Différents indicateurs peuvent être utilisés afin d'évaluer la réussite d'une stratégie commune de communication.

- Dans l'immédiat, les zoos et aquariums devront vérifier que leurs messages sont clairs et compris.
- Sur le long terme, ils devraient constater une augmentation de la perception par le public des questions de conservation en général et plus particulièrement du rôle des zoos et aquariums dans cette conservation, ainsi que de la mission (« Unis pour la Conservation ») de l'Association Mondiale des Zoos et Aquariums (WAZA).
- Le soutien apporté aux zoos et aquariums peut être évalué par le nombre croissant de visiteurs, par l'augmentation du nombre d'abonnements annuels et par la croissance des budgets de parrainage, surtout ceux animés par le soutien aux actions de conservation.
- Le succès médiatique général peut être évalué par une augmentation croissante de nouvelles informations ou reportages positifs sur les zoos et la conservation.
- Les partenariats avec d'autres organismes de conservation devraient augmenter.

### Recommandation

La Stratégie Zoologique et Aquariophile Mondiale de Conservation (WZACS) recommande vivement que toutes les associations de zoos et aquariums, ainsi que tous les zoos et aquariums, peu importe leur taille, élaborent et appliquent une stratégie de communication. Celle-ci devrait inclure les étapes fondamentales suivantes : définir la globalité des objectifs de communication ; identifier les publics cibles ; décider des messages clés ; choisir des tactiques et des méthodes ; identifier les ressources disponibles et nécessaires ; développer des techniques de contrôle et d'évaluation

Internet est devenu un moyen de communication important pour le monde des zoos et des aquariums. La WAZA, comme la grande majorité des institutions et associations qui en sont membre, a son site Internet. Les sites web sont de plus en plus utilisés pour communiquer les problématiques de conservation.



Photo : Les projets de conservation soutenus par la WAZA sont présentés sur [www.waza.org](http://www.waza.org) Ici, les projets du Zoo de Münster Na Hang, Cúc Phương et Cat Ba (projets WAZA n° 04007, 04008 et 04009) et le projet Phong Na – Khe Bang du Zoo de Cologne (projet WAZA n°04015).

## ANNEXE 2

### GRILLE D'ANALYSE - BIOPARC DOUÉ-LA-FONTAINE

Recommandations WAZA	Discours utilisé
<p><b>1. Les zoos et aquariums sont universels</b></p> <p>Établissements efficaces et bien placés en matière de conservation.</p> <p>Proposition unique : animaux vivants, personnel expérimenté, proximité visiteurs/animaux, habitats reproduits</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p><i>"Organisée au travers de "biozones", la visite du Bioparc s'articule sur deux étages autour d'îles et de vastes enclos" (p.1) / "Ses présentations animalières avant-gardistes et son engagement militant dans la conservation des espèces menacées" (p.1) / "L'équipe du Bioparc cherche à partager avec le public passion, émotions et informations objectives" (p.1) / "les différentes espèces d'oiseaux qui vivent habituellement en colonies au sein d'un même écosystème peuvent ici nicher, voler et se reproduire dans des conditions quasi-naturelles." (p.6) / "formée de terrasses en pente douce qui conduisent à une vaste plaine arborée, hérissée de pics de falun et ponctuée de marigots, l'ensemble évoquant l'ambiance du biotope naturel de ces animaux." (p.10) / "procure aux visiteurs un point de vue privilégié pour observer les animaux" (p.14) / "présence permanente d'une équipe formée aux soins de la faune sauvage (vétérinaire, curateurs, soigneurs) permet de conduire un travail scientifique de fond utile pour la conservation au sens large" (p.24) / "une occasion exceptionnelle" (p.30), "le service vétérinaire [...] s'agrandir et s'équiper d'une salle de soins plus spacieuse, d'une salle de chirurgie, d'un laboratoire et de loges d'hospitalisation supplémentaires" (p.31)</i></p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p><i>"Ambiances naturelles évocatrices de leur milieu d'origine" (Intérieur) / "ces animaux vous interpellent sur la disparition du monde sauvage et sur les solutions mises en œuvre par le Bioparc et ses Projets Nature à travers le monde." (Intérieur) / "Vous approcherez au plus près ces animaux précieux" (Intérieur) / "Vivez un moment exceptionnel en immersion" (Intérieur) / "cette carrière fait écho aux falaises et côtes arides d'Amérique du Sud" (Intérieur) / "Partez à la rencontre de" (Intérieur) / "Longez et observez" (Intérieur) / "Les enfants seront en contact avec" (Intérieur) / "Rencontrez des animaux rares et emblématiques" (Intérieur) / "Vivez des moments privilégiés" (Intérieur) / "Découvrez" (Intérieur) / "Une expérience unique" "Vivez des rencontres animales privilégiées" (Quatrième de couverture)</i></p> <p><b>FACEBOOK</b></p> <p><i>"Notre nouvelle clinique vétérinaire est fonctionnelle" (20/01/15) / "Voici une petite vidéo du quotidien d'un de nos soigneurs animaliers !" (28/04/15) / "Le centre de secours de faune sauvage portugais RIAS nous a confié deux vautours fauves." (17/05/15)</i></p>

<p><b>2. Les zoos et aquariums sont des centres de conservation</b></p> <p>Lien animaux captifs / animaux sauvages</p> <p>Promotion des succès de conservation en général</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p><i>"Cette mission de sensibilisation compte parmi les fondements de tout travail de conservation de la nature efficace et pérenne." (p.1) / "Le Bioparc de Doué-la-Fontaine s'implique aussi sur le terrain dans les pays où résident les animaux qu'il présente" (p.1) / "Ces actions dites "in situ" menées aux côtés des communautés humaines locales sont complémentaires des efforts ex situ" (p.1) / "Espèces concernées présentes au Bioparc : [...]" (p.8; 12; 15) / "Le Camp de Girafes est à sa manière le relais idéal du projet de conservation du dernier troupeau de girafes d'Afrique de l'Ouest, que le Bioparc contribue à sauvegarder au Niger." (p.14) / "Les poussins qui naissent ici chaque année participent pour la plupart à des actions de réintroduction" (p.16) / "adhérer à l'EAZA et s'engager dans les EEP" (p.22) / "le Zoo de Doué-la-Fontaine organise trois forums ayant pour but de traiter du rôle des zoos dans la conservation in situ." (p.22) / "lier la présence au Zoo d'espèces animales en danger à des Projets Nature" (p.23) / "Chaque naissance ajoute une pierre supplémentaire à l'édifice de la conservation et, grâce à la présence des visiteurs, une étape de plus est franchie vers une prise de conscience collective de la nécessité de préserver notre patrimoine naturel." (p.24) / Au travers de ses Projets Nature, le Bioparc s'engage sur le terrain pour protéger des écosystèmes et des espèces en danger." (p.27)</i></p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p><i>"Projet Nature" (Couverture) / "que le Bioparc contribue à sauvegarder" (Intérieur) / "témoignage de l'engagement du Bioparc" (Intérieur)</i></p> <p><b>FACEBOOK</b></p> <p><i>"Très bonne nouvelle depuis Sumatra, où l'association Kalaweit que nous soutenons depuis 2004, vient de relâcher 3 couples de siamangs !" (07/04/15) / "Excellente nouvelle ! La fondation argentine Bioandina, que nous soutenons depuis 2008, vient de relâcher 2 condors des Andes dans la Province San Luis d'Argentine. [...] portant à 151 le nombre total de condors réintroduits dans la nature par Bioandina." (23/04/15) / "le Refuge de l'Arche a organisé les 1er, 2 et 3 mai derniers son 2ème week-end de la Protection Animale en invitant plusieurs associations." (04/05/2015) / "Des atèles sur le chemin de la liberté ! [...] Aujourd'hui, ce centre confie ses 25 individus à l'ONG Washu pour une prochaine réintroduction dans la nature, dans l'aire protégée de Mashpi." (21/05/15)</i></p>
<p><b>3. Les zoos et aquariums aident à procéder à des changements</b></p> <p>Réutilisation et recyclage, durabilité environnementale</p> <p>Montrer l'exemple et donner des idées concrètes</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p><i>"Il. Système de management environnemental" (p.26) / "Le Bioparc veille également au respect de l'environnement sur son site." (p.26) / "afin d'améliorer encore ses pratiques quotidiennes et de réduire les rejets et les consommations de ressources non renouvelables" (p.26) / "Le Bioparc s'est également engagé dans le programme STEEEP" (p.26) / "Exemples concrets [liste de 7 actions mises en place au Bioparc]." (p.26) / "dans l'espoir que les visiteurs repartent davantage conscients de leur capacité individuelle à agir pour préserver l'environnement..." (p.29) / "Tous ces aménagements ont été conçus afin de minimiser les impacts environnementaux du Bioparc" (p.31)</i></p>

<p><b>4. Les zoos et aquariums sont stimulants</b></p> <p>Conservation -&gt; Education -&gt; Inspiration -&gt; Amusement</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"Le parcours laisse ensuite tout le loisir d'observer" (p.18) / "conjuguer émotion du public et respect de la vie sauvage" (p.29) / "rendez-vous" "nourrissage" "animations" "présentations" "observations" "rencontres" "initiation" "découverte" (p.29) / "L'équipe du Bioparc pariant sur la sensibilisation par le jeu, l'esprit ludique est donc privilégié" (p.30)</p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p>"Aires de jeux et jeu de piste pour les enfants" (Quatrième de couverture) / "L'explorateur au Bioparc, le retour" (Quatrième de couverture)</p> <p><b>FACEBOOK</b></p> <p>"Loin de la civilisation et bien décidé à plonger à nouveau dans la nature luxuriante du Bioparc, Lord Afterchèvre revient pour une nouvelle mission dans l'espoir d'y découvrir de nouvelles espèces animales ou végétales." (15/04/15)</p>
<p><b>5. Les zoos et aquariums sont responsables</b></p> <p>Clarté et honnêteté</p> <p>Bien-être, élevage, recherche, éducation</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"Le nombre de naissances, l'élevage des petits par leurs parents, un comportement social équilibré, une apparence saine [...], de bons réflexes et l'absence de mouvements répétitifs sont autant de témoignages de l'équilibre physique et mental des animaux et de leur adaptation aux conditions de vie en parc zoologique." (p.24) / "Ce sont prioritairement des espèces extrêmement menacées, faisant le plus souvent l'objet d'EEP ou d'ESB, qui sont prioritairement accueillies." (p.24)</p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p>"Élevés pour leur sauvegarde" (Intérieur)</p> <p><b>FACEBOOK</b></p> <p>"Notre vautour César nous a quitté. [...] mort cet hiver à l'âge de 44 ans. Il était devenu aveugle et se tenait à l'écart du groupe. Nos soigneurs étaient aux petits soins de ce doyen, lui donnant chaque jour sa viande à la main et surveillant quotidiennement sa santé." (26/01/15) / "Quatre petits flamants ont été relâchés dans le groupe d'adultes en Grande Volière Sud-Américaine. Nés l'automne dernier et élevés par les soigneurs, ils étaient restés au chaud le temps que leur duvet soit remplacé par des plumes. Facilement reconnaissables à leur plumage gris, [...] !" (20/02/15) / "La famille des gibbons mains blanches s'agrandit !" (24/02/15) / "Notre femelle vari à ceinture blanche a été rejointe par un mâle" (25/03/15) / "La saison de reproduction commence chez nos vautours européens !" (27/03/15) / "Pygmy, une jeune femelle siamang née en août 2008, a rejoint cet hiver notre mâle Otto. Visibles tous les deux depuis quelques jours sur leur île, ils jouent, s'épouillent... et chantent ! Ce chant en duo est un signe de la bonne entente des deux individus et un bon présage pour une reproduction future !" (05/04/15) / "Après près de deux heures d'hésitation, Kailou est entré de lui-même dans le camion qui l'a transporté en fin d'après-midi dans son nouveau zoo." (17/04/15) / "Un nouveau petit mâle dans la famille Girafe ! [...] ce girafon a fait ses premiers pas dans son parc extérieur, au milieu des 8 autres girafes du groupe. [...] Il atteindra sa maturité sexuelle vers 2 ou 3 ans. C'est à ce moment-là que, dans le cadre des EEP</p>

	<p>(Programme Européen d'Élevage), il rejoindra un autre parc zoologique afin de s'y reproduire et d'assurer la survie de l'espèce." (22/04/15) / "Il y a quelques jours, notre couple d'hippopotames pygmées s'est accouplé. Normalement séparés en raison de leurs mœurs solitaires, le mâle et la femelle sont mis en contact uniquement pendant les chaleurs. Clafoutis, notre mâle de 23 ans, détecte les chaleurs de Leah grâce aux phéromones présentes dans les urines et les crottes. Après une parade amoureuse, ils se sont accouplés dans l'eau. Notre couple est l'un des rares pouvant se reproduire en Europe, dans le cadre de son Programme d'Élevage (EEP). Si Leah est gestante, ce sera son second petit au Bioparc !" (07/05/15) / "Malgré des accouplements réguliers [...] Pour trouver la cause de cet échec, nous avons effectué une échographie de ses ovaires et un examen de son appareil génital. Une telle intervention sur un rhinocéros est délicate. Binti a été facilement sédaturée, par une injection de tranquillisants dans la veine de l'oreille, grâce à l'entraînement médical pratiqué quotidiennement par les soigneurs animaliers. Elle a pu ensuite être examinée avec l'aide de confrères vétérinaires extérieurs, Romain Potier et Tatiana Loucachevski de Faune vet - Centre Hospitalier Vétérinaire Atlantia et Alexis Lécu du Parc zoologique de Paris. L'échographie a révélé que Binti souffre d'une infection gynécologique. Lorsque celle-ci sera soignée, Binti devrait pouvoir se reproduire." (03/06/15)</p>
<p><b>6. Les zoos et aquariums s'occupent bien de leurs animaux</b></p> <p>Recherche d'amélioration dans l'intérêt des animaux et des visiteurs</p> <p>Qualité de vie très élevée</p> <p>Législation rigoureuse</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"Extrêmement vastes, complètement végétalisés et faisant cohabiter des dizaines d'espèces différentes comme elles le feraient dans leur milieu naturel d'origine, ces espaces sont agencés de manière à placer les visiteurs au milieu des animaux." (p.1) / "faire cohabiter les okapis avec de nombreuses autres espèces." (p.2) / "a souhaiter offrir aux okapis son espace le plus végétalisé, afin de leur permettre d'évoluer en sous-bois, comme dans leur biotope d'origine." (p.2) / "Ce vaste espace [...], permettant aux oiseaux et aux primates d'évoluer en toute quiétude." (p.2) / "Les visiteurs peuvent entrer dans [...] menant à une hutte d'observation. En surplomb de l'eau, elle offre un poste de vision idéal pour épier les animaux sans les déranger." (p.2) / "site d'observation et de reproduction [...] est principalement dédié à la conservation." (p.6) / "lui offrant de contempler sans les déranger" (p.10) / "Grâce à un promontoire, les visiteurs peuvent s'avancer au-dessus des points d'eau, afin d'observer" (p.10) / "profitent d'un plan d'eau étendu aux rives ombragées, où de nombreuses souches et rochers plates leur permettent de se prélasser au soleil et de jouer parmi les jacinthes d'eau" (p.18)</p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p>"espace forestier africain" (Intérieur) / "les accompagnent" (Intérieur) / "se côtoient" (Intérieur) / "partagent" (Intérieur)</p>
<p><b>7. Les zoos et aquariums ont un intérêt pour les populations urbaines</b></p> <p>Lieux de tranquillité</p> <p>Se sentir bien, chacun à sa place</p> <p>Enfants des villes = leaders d'opinion de demain</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"Le Sanctuaire se dresse au cœur d'un ensemble végétal remarquable pour sa bamboueraie, ses noyers majestueux et ses grands robiniers." (p.2) / "Les visiteurs sont en immersion totale et peuvent observer [...]." (p.23) / "afin que le Bioparc demeure un paysage vivant et harmonieux pour le bien-être de tous" (p.26)</p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p>"avec ses falaises et sa forêt de bambous" (Intérieur)</p>

<p><b>8. Les zoos et aquariums ont une approche éthique</b></p> <p>Approche commune et universelle</p> <p>Gestion de population</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"Le Zoo de Doué-la-Fontaine organise le congrès annuel de l'EAZA [...] pour dresser le bilan des activités menées dans les zoos européens et anticiper l'avenir." (p.22) / "Le Bioparc de Doué-la-Fontaine accueille le Director's Day de l'EAZA, qui rassemble une centaine de participants venus de l'Europe entière."(p.23)</p>
<p><b>9. Les zoos et aquariums sont éducatifs</b></p> <p>Lieu de découverte et d'apprentissage</p> <p>Lien avec les programmes scolaires</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"interpeler le public sur les menaces qui pèsent sur la biodiversité [...] et sur les actions mises en œuvre par l'établissement pour les combattre." (p.6) / "L'action pédagogique de l'établissement est [...] revue en profondeur, avec la mise en place de nouveaux outils et des animations, dorénavant des instruments essentiels de la politique pédagogique du Bioparc." (p.23) / "Focus sur quelques espèces du Bioparc de Doué-la-Fontaine en EEP/ESB" (p.25) / "nouvelle impulsion à son action pédagogique."(p.29) / "Axés sur la découverte du monde animal et la conservation des espèces en danger, les messages délivrés s'articulent en quatre points : état des lieux, inventaire des menaces, engagement du Bioparc, mobilisation des visiteurs." (p.29) / "Les enseignants sont aidés à préparer leur projet par le responsable pédagogique" (p.30) / "fiches pédagogiques adaptées aux programmes scolaires, visuels des totems animaliers et fiches techniques des mallettes pédagogiques" (p.30) / "des supports éducatifs en libre-service dans le parc offrent une diversité d'approches propice à l'apprentissage" (p.30) / "Un projet à l'année est également possible " (p.30)</p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p>"Rendez-vous quotidiens" "Rencontres des métiers des animaux et de la nature" (Quatrième de couverture)</p>
<p><b>10. L'adhésion aux zoos et aquariums aide à la conservation à l'état sauvage</b></p> <p>Utilité des dons du public</p> <p>Événements informatifs</p> <p>Remerciement du public</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"Projet Nature Fondateur [...] L'association Tu Tierra s'est donnée pour objectif de préserver et de valoriser l'écosystème de forêt équatoriale sèche de la région de Tombes. [...]" (p.8) / "Projet Nature Fondateur [...] l'ONG Antongil Conservation [...] agit en faveur de la biodiversité veillant à impliquer les hommes et en contribuant au développement local." (p.12) / "Projet Nature Fondateur [...] l'Association pour la Sauvegarde des Girafes du Niger s'est engagée [...] dans un processus d'accompagnement des populations humaines de la "zone girafe"." (p.15) / "l'équipe du Zoo de Doué-la-Fontaine s'engage dans des actions de conservation sur le terrain [...] mises en place en collaboration avec les habitants des zones concernées" (p.22) / "un fonds de dotation, Bioparc Conservation, afin de soutenir les Projets Nature" (p.23) / "Ces projets sont appuyés financièrement grâce aux recettes générées par les entrées du Bioparc, aux dons des partenaires que mobilise ce dernier, et depuis 2011, par toute personne qui souhaite contribuer au fonds de dotation Bioparc Conservation." (p.27) / "L'intégralité de ces dons, fiscalement déductibles, est reversée aux porteurs locaux des projets que le Bioparc accompagne au quotidien" (p.28) / "C'est grâce à un soutien permanent, un suivi engagé et une mobilisation durable que les Projets Nature aboutiront à la prise en charge de la biodiversité par les communautés humaines qui vivent près d'elle." (p.28) / "Les recettes des ventes sont en partie investies en faveur des populations locales engagées aux côtés du Bioparc dans les Projets Nature" (p.33)</p>

**BROCHURE**

"Journée de la conservation" "De la sculpture à la nature" (Quatrième de couverture) / "Boutique ethnique en relation avec nos Projets Nature" (Quatrième de couverture)

**FACEBOOK**

"En 2015, les vautours ont toujours besoin de vous" (15/01/15) / "Sauvez les Gibbons avec le BIOPARC !" (15/03/15) / "accueillir au Bioparc ces dix derniers jours notre ami Omer Dovi, responsable de l'Association pour la Sauvegarde des Girafes du Niger que nous soutenons depuis 2001. Nous avons profité de sa présence pour faire le point sur la population de girafes et sur les actions de développement mises en place par l'association. Voici un petit résumé de ses grands résultats ! [...]" (02/04/15) / "Depuis cette année, le Bioparc soutient Sylvatrop dans le cadre de ses Projets Nature. [...] Nicolas Mainguy, coordinateur de l'association, sera présent au Bioparc ce mercredi 6 mai 2015 tout au long de l'après-midi, devant l'espace dédié à l'espèce et l'exposition informative récemment installée." (05/05/15) / "Un grand merci à Nicolas et Marie de Sylvatrop pour cet après-midi partagé au Bioparc !" (15/05/15) / "Le Bioparc a le plaisir d'accueillir Alexis Rakatoarison et Elisé Sambo depuis le 25 mai dernier, deux membres de l'ONG malgache Antongil Conservation que le Bioparc accompagne depuis 15 ans." (11/06/15) / "Du 4 juillet au 26 août 2015, comme chaque année, nos amis artistes nigériens s'installent au Bioparc !" (17/06/15) / "Mercredi 24 juin, nous avons le plaisir d'accueillir Matthias Fiechter, membre de la Fondation américaine Snow Leopard Trust." (20/06/15) / "Le 8 juillet, à partir de 13h : Journée de la Conservation au Bioparc !" (02/07/15) / "N'oubliez pas aujourd'hui dès 13h, c'est la Journée Conservation au Bioparc ! Toute l'équipe vous attend pour partager sa passion pour la nature !" (08/07/15) / "Notre journée de la Conservation s'est très bien passée ! Merci aux nombreux visiteurs présents et à l'engagement de toute notre équipe !" (11/07/15)

## ANNEXE 3

### GRILLE D'ANALYSE - ZOOPARC DE BEAUVAL

Recommandations WAZA	Discours utilisé
<p><b>1. Les zoos et aquariums sont universels</b></p> <p>Établissements efficaces et bien placés en matière de conservation.</p> <p>Proposition unique : animaux vivants, personnel expérimenté, proximité visiteurs/animaux, habitats reproduits</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"Les visiteurs sont certains d'admirer des bébés animaux à chacun de leur venue, tout au long de l'année." (p.13) / "Les équipes de Beauval n'ont pas baissé les bras : en plongeant plusieurs fois par jour pour s'occuper du petit, soigneurs et vétérinaires se sont relayés et ont mené une formidable action pour le sauver." (p.13) / "Un univers caractéristique y a été recréé : essences d'arbres asiatiques, cascades, immense porche rouge traditionnel, sculptures peintes ou de marbre, lampions typiques, pagode extravagante..." (p.17) / "Une équipe de spécialistes chinois [...] a prévu de venir épauler Beauval dans cette aventure, au moment de la mise en contact puis de la naissance, quelques mois plus tard." (p.17) / "Des animaux emblématiques" (p.18) / "Leur ballet aquatique subjugue petits et grands." (p.28) / "Pour les accompagner jusqu'à l'âge adulte, les soigneurs de la nurserie prennent soin d'eux le temps nécessaire." (p.28) / "La minutie et la concentration des soigneurs de la nurserie sont observées par les visiteurs à travers une large baie vitrée." (p.28) / "En entrant dans chaque serre, les visiteurs sont saisis par l'environnement tropical" (p.29) / "Les visiteurs sont transportés dans un pays peuplé de 500 oiseaux" (p.29) / "plaine panoramique" (p.29)</p> <p><b>FACEBOOK</b></p> <p>"2001 : Création de la Nurserie pour l'élevage des bébés perroquets. Aujourd'hui, de nombreuses espèces d'oiseaux (cigognes, ibis, rapaces...) bénéficient de l'attention des soigneurs de la Nurserie, aux gestes délicats et précis." (25/06/15)</p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p>"Des animaux extraordinaires" (Intérieur) / "Les équipes de Beauval assistent fréquemment aux premiers pas de nombreux bébés." (Intérieur) / "Des rencontres inédites s'offrent aux visiteurs" (Intérieur)</p>
<p><b>2. Les zoos et aquariums sont des centres de conservation</b></p> <p>Lien animaux captifs / animaux sauvages</p> <p>Promotion des succès de conservation en général</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"Les pandas, symbole mondial de la conservation des espèces menacées." (p.15) / "dans le cadre d'un ambitieux projet de reproduction, de conservation et de recherche en milieu naturel" (p.17) / "Un événement national, mais surtout un engagement encore plus fort de Beauval, dans la conservation des espèces menacées" (p.21) / "En milieu naturel comme au ZooParc, la conservation et la recherche restent des priorités pour Beauval." (p.30) / "Leurs buts sont d'éviter la consanguinité, maintenir les caractéristiques naturelles et sauvegarder la diversité génétique, pour le bien-être des animaux, mais aussi pour prévoir une éventuelle réintroduction dans la nature. Ce fut le cas pour le tamarin-lion au Brésil." (p.33) / "Le soutien à divers programmes gérés par d'autres institutions et ONGs n'est cependant pas oublié, mais toujours en rapport avec la collection animale et les objectifs de Beauval." (p.33) / "L'association Beauval Nature a</p>

	<p><i>été créée pour mettre en œuvre, développer et soutenir des actions de conservation in situ pour la préservation de la biodiversité mondiale, ainsi que des programmes de recherche scientifique permettant de mieux connaître es animaux et de les protéger efficacement." (p.35) / "Soigneusement sélectionnés, ces 35 programmes sont soutenus financièrement par Beauval Nature à travers le monde." (p.35)</i></p> <p><b>FACEBOOK</b>  <i>"Le programme dédié au gypaète barbu et soutenu par Beauval Nature nous adresse de bonnes nouvelles." (08/01/15) / "Le programme mené en faveur des macaques de Barbarie nous adresse, lui aussi, de beaux clichés. Vie sereine sur les hauteurs marocaines..." (14/01/15) / "Excellentes nouvelles en provenance du programme de conservation dédié aux gypaètes barbues, soutenu par Beauval Nature : [...]" (10/04/15) / "Demain, attachez vos ceintures... Embarquement immédiat direction Djibouti !" (21/04/15) / "Demain, suite et fin de l'épopée djiboutienne... Teaser !" (28/04/15) /</i></p> <p><b>BROCHURE</b>  <i>"Beauval est engagé de longue date dans la protection des espèces menacées" (Intérieur) / "Chaque naissance représente un événement d'autant plus important que ces espèces sont inscrites dans le cadre de Programmes Européens d'Élevage (EEP)." (Intérieur) / "Espace privilégié de découverte du monde animal, le ZooParc de Beauval reste un haut lieu de la Conservation." (Intérieur)</i></p>
<p><b>3. Les zoos et aquariums aident à procéder à des changements</b></p> <p>Réutilisation et recyclage, durabilité environnementale</p> <p>Montrer l'exemple et donner des idées concrètes</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b>  <i>"[...] usine de méthanisation intégrée à un parc zoologique. Celle-ci s'inscrit dans un projet d'aménagement global, confortant une démarche très active en terme d'environnement." (p.9) / "elle transforme le fumier des animaux de Beauval ainsi que les déchets verts, certains issus de Beauval et d'autres apportés par des agriculteurs locaux." (p.9) / "Recycler son portable pour aider les grands singes.[...]Le recyclage de téléphones usagés limite donc la déforestation et préserve l'habitat des grands singes. Près de 3 500 appareils ont déjà été collectés par Beauval et recyclés." (p.9)</i></p>
<p><b>4. Les zoos et aquariums sont stimulants</b></p> <p>Conservation -&gt; Éducation -&gt; Inspiration -&gt; Amusement</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b>  <i>"Tout au long de la journée, les animateurs du ZooParc donnent rendez-vous aux visiteurs [...] pour apprendre en s'amusant !" (p.25)</i></p> <p><b>FACEBOOK</b>  <i>"Quand otarie rime avec écologie... Démonstration dès samedi !" (26/03/15)</i></p> <p><b>BROCHURE</b>  <i>"Tout au long de la journée, les animateurs du ZooParc donnent rendez-vous aux visiteurs [...] pour apprendre en s'amusant !" (p.25)</i></p>

<p><b>5. Les zoos et aquariums sont responsables</b></p> <p>Clarté et honnêteté</p> <p>Bien-être, élevage, recherche, éducation</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"Les otaries "à la retraite" résident toujours à Beauval, bichonnées dans un vaste espace avec piscine, dans les installations annexes du ZooParc." (p.5) / "Pour la première fois en France, un éléphanteau est né d'une insémination artificielle ! [...] L'insémination réussie d'une éléphant de Beauval dessine un bel espoir pour la conservation d'une espèce emblématique." (p.13) / "sont présents dans le cadre de programmes de reproduction." (p.21) / "la reproduction fonctionne très bien" (p.21) / "Il arrive que des bébés ne soient pas élevés par leurs parents." (p.28) / "Une bonne nouvelle pour ces animaux, très rares et menacés dans leur environnement naturel." (p.29) / "Le jeune couple de Beauval est présent dans le cadre d'un EEP" (p.29) / "La recherche reste une des priorités de Beauval." (p.33)</p> <p><b>FACEBOOK</b></p> <p>"Ces rarissimes ouistitis font partie de programmes de conservation mondiaux, ils sont fragiles et en voie de disparition." (12/05/15)</p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p>"[...] dans le cadre d'un ambitieux projet de recherche, de reproduction et de conservation." (Intérieur)</p>
<p><b>6. Les zoos et aquariums s'occupent bien de leurs animaux</b></p> <p>Recherche d'amélioration</p> <p>Qualité de vie très élevée</p> <p>Législation rigoureuse</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b></p> <p>"Dans le décor de l'amphithéâtre aquatique de Beauval, intégralement rénové et agrémenté d'un toboggan-plongeur, [...]" (p.5) / "Suivant la météo, les pandas évoluent dans leurs enclos extérieurs ou intérieurs [...] découvrent les stimuli à l'activité imaginés par les soigneurs, se baignent dans leurs bassins extérieurs. Des brumisateurs sont prévus pour rafraîchir l'air si besoin." (p.17) / "Les koalas se nourrissent exclusivement d'eucalyptus, de variété différentes selon leurs goûts. Une partie de l'eucalyptus est cultivée à Beauval ; une autre partie est importée d'Angleterre chaque semaine." (p.21) / "Des espaces remarquables pour le bien-être des animaux" (p.26) / "Une immense piscine vitrée en façade permet d'observer ces curieux oiseaux sous l'eau, plongeant, se nourrissant et jouant." (p.28) / "Depuis à peine 1 an, au sein de l'un des derniers agrandissements du ZooParc, un décor verdoyant surplombé par un amphithéâtre de 3 000 places accueille un impressionnant ballet de rapaces, [...]" (p.29) / "Vaste enclos vallonné et verdoyant, cette plaine est agrémentée de taillis de bambous, rochers, cours d'eau, cascade et bassin destiné à la baignade, pour que le couple de tapirs à dos blanc vive paisiblement." (p.29) / "L'équipe zoologique réfléchit sans cesse aux moyens de stimuler l'instinct et la curiosité des animaux. Pour cela, elle met en place des enrichissement, notamment alimentaires." (p.29) / "cela signifie que les espèces présentes à Beauval le sont dans le cadre d'une stratégie internationale de reproduction." (p.33)</p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p>"nouvel agrandissement" (Intérieur)</p>

<p><b>7. Les zoos et aquariums ont un intérêt pour les populations urbaines</b></p> <p>Lieux de tranquillité Se sentir bien, chacun à sa place Enfants des villes = leaders d'opinion de demain</p>	
<p><b>8. Les zoos et aquariums ont une approche éthique</b></p> <p>Approche commune et universelle Gestion de population</p>	
<p><b>9. Les zoos et aquariums sont éducatifs</b></p> <p>Lieu de découverte et d'apprentissage Lien avec les programmes scolaires</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b>  <i>"[...] la sensibilisation du grand public à la cause des espèces menacées" (p.3) / "toute nouvelle chorégraphie basée sur l'éducation" (p.5) / "L'équipe scientifique et pédagogique du ZooParc a entièrement conçu cet ouvrage de qualité, qui permet aussi de sensibiliser les enfants à la protection des espèces menacées." (p.5) / "Savez-vous que les téléphones portables sont fabriqués à partir de coltan ? Malheureusement pour les gorilles, 70% de ce minéral se trouvent sur leur territoire." (p.9) / "La visite de Beauval est l'occasion idéale de sensibiliser et d'expliquer le respect de la faune et de la flore." (p.22) / "Les 25 thèmes d'ateliers pédagogiques proposés par Beauval développent les points des programmes scolaires, de la maternelle au collège." (p.24) / "Ce chiffre atteste du succès d'un travail remarquable, salué par l'Éducation Nationale. Les contenus des ateliers et des carnets pédagogiques de Beauval ont été officiellement validés et complimentés par l'Inspection académique du département de Loir-et-Cher." (p.24) / "Des panneaux explicatifs destinés aux enfants jalonnent leur visite de Beauval. A hauteur de leurs yeux, dans un langage approprié, ils leur permettent de mieux connaître les animaux qu'ils observent." (p.25)</i></p> <p><b>FACEBOOK</b>  <i>"Maquillages pour les enfants, jeux, tests de connaissances, découverte des programmes soutenus par Beauval Nature..." (09/02/15)</i></p> <p><b>BROCHURE</b>  <i>"Espace privilégié de découverte du monde animal" (Intérieur), "Une journée de découverte permet aux visiteurs d'observer des animaux extraordinaires" (Intérieur)</i></p>
<p><b>10. L'adhésion aux zoos et aquariums aide à la conservation à l'état sauvage</b></p> <p>Utilité des dons du public Événements informatifs</p>	<p><b>DOSSIER DE PRESSE</b>  <i>"Un geste ici, une action à l'autre bout du monde. Parrainer un animal est un engagement simple et efficace qui contribue à changer le destin des espèces et écosystèmes menacés." (p.13) / "Les moins de 15 ans peuvent déjà s'engager pour la protection de la faune, à partir de 20€ pour 1 an. A eux de choisir leur animal préféré : gorille, girafe, koala, éléphant, suricate, lion blanc, fourmilier..." (p.13) / "Cette association à but non lucratif [Beauval Nature] est</i></p>

Remerciement du public	<p><i>essentiellement financée par des dons de parcs zoologiques, d'entreprises et de particuliers. Beauval Nature privilégie les programmes de conservation initiés ou gérés par elle-même." (p. 33) / "Pour les particuliers, les dons versés à Beauval Nature sont déductibles des impôts à hauteur de 66%." (p.33)</i></p> <p><b>FACEBOOK</b>  <i>"Samedi 14 février, la Maison de la Conservation rouvre ses volets !" (09/02/15) / "Un invité de marque est attendu à Beauval ! Fervent défenseur de la nature et d'un primate en particulier, il nous honorera de sa présence le 9 mai prochain..." (30/04/15) / "Rejoignez-nous le 3 mai 2015 pour fêter la naissance de Shango. Les bénéfices des ventes de cette journée seront réservés à l'association "Save the rhino"." (17/04/15)</i></p> <p><b>BROCHURE</b>  <i>"Des actions de premier plan, dont les contours se dessinent au ZooParc et sont détaillés sur des supports pédagogiques, à découvrir tout au long de votre visite" (Intérieur) / "5€ l'unité (au profit de Beauval Nature), en vente toute l'année à la Maison de la Conservation" (Intérieur) / "Devenir Parrains, c'est découvrir une espèce choisie, tout en s'informant sur les Programmes de Conservation soutenus par l'association Beauval Nature. L'argent versé est intégralement attribué à l'association" (Intérieur)</i></p>
------------------------	--

## ANNEXE 4

### GRILLE D'ANALYSE - PARC ZOOLOGIQUE D'AMNÉVILLE

Recommandations WAZA	Discours utilisé
<p><b>1. Les zoos et aquariums sont universels</b></p> <p>Établissements efficaces et bien placés en matière de conservation.</p> <p>Proposition unique : animaux vivants, personnel expérimenté, proximité visiteurs/animaux, habitats reproduits</p>	<p><b>SITE INTERNET</b></p> <p>"TIGERWORLD nous fait rêver d'un monde où l'homme, au lieu de détruire la biodiversité, dialoguerait avec les fauves et toutes les forces de la nature." (Le parc / Nouveauté 2015) / "De la direction aux soigneurs et à l'équipe travaux-entretien, tous les corps de métier sont représentés" (Le parc / Présentation) / "Le travail des soigneurs ne se borne pas à nourrir les animaux et à nettoyer leur habitat ; il consiste aussi à savoir détecter rapidement toute anomalie." (Le parc / Présentation) / "Le public est émerveillé par les liens affectifs entre les soigneurs et leurs otaries" (Nourrissages et spectacles / Otaries) / "les mâles dominants qui peuvent pourtant se révéler dangereux ; on aurait tendance à l'oublier en voyant Pablo et Watson (350kg !) jouer dans l'eau comme deux copains à la piscine !" (Nourrissages et spectacles / Otaries) / "Un nourrissage saisissant qui vous permettra de les voir à quelques centimètres des vitres." (Nourrissages et spectacles / Gorilles) / "Une animation spectaculaire qui permet de voir les ours de très près." (Nourrissages et spectacles / Ours polaires)</p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p>"Un zoo de la nouvelle génération axé sur la pédagogie et la protection des espèces" (Intérieur) / "[...] de mettre nos animaux en situation dans des décors proches de leur milieu d'origine" (Intérieur) / "Comme dans la savane" (Intérieur) / "vous mène au cœur de la forêt congolaise dans un décor tropical époustouflant" (Intérieur) / "vous invite à une randonnée spectaculaire" (Intérieur) / "Les vastes espaces végétalisés constituent un "quatre étoiles" pour oiseaux de proie: toutes les espèces originaires de régions tropicales disposent de perchoirs chauffants, les nichoirs sont munis de chauffage par radiants" (Intérieur) / "Le public est émerveillé par les liens affectifs entre les soigneurs et leurs otaries" (Intérieur) / "les mâles dominants qui peuvent pourtant se révéler dangereux ; on aurait tendance à l'oublier en voyant Pablo et Watson (350kg !) jouer dans l'eau comme deux copains à la piscine !" (Intérieur) / "Dans un cadre bucolique, "la Petite Ferme Dans la Forêt" permet d'approcher, caresser et nourrir toutes sortes d'animaux domestiques" (Intérieur) / "Les visiteurs accèdent à une terrasse panoramique comportant un "pont de singe" !" (Intérieur) / "Outre sa fonction récréative, le Parc Zoologique est un lieu privilégié pour faire connaître, aimer et respecter les animaux, pour sensibiliser le public au problème des espèces menacées et de la protection de notre environnement." (Intérieur)</p>
<p><b>2. Les zoos et aquariums sont des centres de conservation</b></p> <p>Lien animaux captifs / animaux sauvages</p>	<p><b>FACEBOOK</b></p> <p>"Comment le zoo d'Amnéville aide-t-il les tigres sauvages? Nous finançons 4 programmes de conservation du tigre : un au Népal, un en Inde, un au Vietnam et un au Bangladesh." (31/03/15) / "Parce que l'on aime les tigres, refusons leur disparition annoncée ... Agir aujourd'hui, c'est encore possible ! <a href="http://www.awely-tigres.org">http://www.awely-tigres.org</a>" (02/06/15) / "Parce que</p>

<p>Promotion des succès de conservation en général</p>	<p><i>l'on aime les tigres, refusons leur disparition annoncée ... Agir aujourd'hui, c'est encore possible ! <a href="http://www.awely-tigres.org">http://www.awely-tigres.org</a>" (03/06/15) / "Il reste moins de 20 000 rhinocéros blancs sur le continent africain. Un chiffre extrêmement faible et alarmant : et si l'espèce disparaissait ? Pour aider sur le terrain, le zoo d'Amnéville soutient financièrement Save the Rhino. Cette association lutte activement contre le braconnage." (23/04/15)</i></p> <p><b>SITE INTERNET</b>  <i>"sensibiliser les visiteurs à la beauté du tigre, au drame écologique que constituerait sa disparition." (Le parc / Nouveauté 2015) / "Le Zoo d'Amnéville finance quatre programmes de conservation du tigre" (Le parc / Nouveauté 2015) / "faisant d'Amnéville, parmi tous les zoos du monde, le premier soutien financier à la conservation du tigre." (Le parc / Nouveauté 2015) / "partenariat avec l'Organisation « AWELY » qui suit les programmes sur le terrain et les gère en collaboration avec ses partenaires de chaque pays." (Le parc / Nouveauté 2015)</i></p> <p><b>BROCHURE</b>  <i>"Ces actions sont menées en partenariat avec l'organisation "AWELY" qui gère les programmes en collaboration avec ses partenaires de chaque pays" (Intérieur) / "Le zoo constitue aussi un réservoir génétique qui permet de sauver des espèces menacées de disparition dans leur milieu naturel ; ces espèces font l'objet de plans européens d'élevage (EEP - ESB) organisés et contrôlés par des instances scientifiques internationales. [...] Dans certains cas, les EEP peuvent déboucher sur un programme visant à réintroduire dans la nature des animaux nés en parcs zoologiques" (Intérieur) / "apporte son soutien, notamment financier, à des organisations qui œuvrent sur le terrain pour la protection ou la réintroduction d'animaux et la préservation de leurs habitats." (Intérieur)</i></p>
<p><b>3. Les zoos et aquariums aident à procéder à des changements</b></p> <p>Réutilisation et recyclage, durabilité environnementale</p> <p>Montrer l'exemple et donner des idées concrètes</p>	<p><b>FACEBOOK</b></p> <p><i>"Jeter les déchets dans la nature, ce n'est pas sans conséquence... Un objet qu'on jette va polluer longtemps le milieu naturel." (08/01/15) / "720 millions de téléphones mobiles sont jetés chaque année dans le monde : c'est un immense gaspillage de ressources. 70% du coltan qui permet de faire fonctionner un téléphone se trouve sur le territoire des gorilles. Pour récolter le coltan, il faut abattre la forêt et créer des routes qui traversent l'habitat du grand singe." (09/01/15) / "Pour produire un kilo de viande, il faut 7 kilos de céréales. Pour répondre à cette demande, il est possible d'augmenter la surface des terres cultivées, mais à quel prix ? Déforestation, monocultures intensives, utilisation de pesticides, d'OGM, destruction d'écosystèmes et perte de biodiversité...L'élevage extensif et le soja exporté comme aliment du bétail sont la première cause de la déforestation." (12/01/15) / "Le bois, c'est écologique, mais encore faut-il en connaître l'origine, en particulier s'il s'agit d'une essence exotique, pouvant provenir de forêts exploitées de façon illégale. Pour protéger les forêts de la planète et la biodiversité, préférez les labels, comme FSC." (13/01/15) / "Le prélèvement et la commercialisation de la faune sauvage met la biodiversité en danger : Prélever un animal dans la nature ou acheter une espèce exotique peuvent avoir des conséquences très graves : [...]" (15/01/15) / "40 rats laveurs sont nécessaires pour fabriquer un seul manteau de fourrure ! La plus grande partie des manteaux sont aujourd'hui réalisés avec des peaux qui proviennent d'animaux d'élevage; mais les conditions d'abattage restent</i></p>

	<p><i>cruelles.[...] A l'origine, les manteaux en fourrure servaient à lutter contre le froid mais aujourd'hui nous avons des dérivés synthétiques qui remplissent très bien cette fonction." (16/01/15) / "Comment aider ? Limiter sa consommation de produits à base d'huile de palme : un petit geste mais de grandes conséquences !" (24/04/15)</i></p> <p><b>BROCHURE</b>  <i>"Nous veillons à préserver les essences d'origine afin de sauvegarder la faune locale" (Intérieur)</i></p>
<p><b>4. Les zoos et aquariums sont stimulants</b></p> <p>Conservation -&gt; Éducation -&gt; Inspiration -&gt; Amusement</p>	<p><b>FACEBOOK</b>  <i>"Les employés du zoo d'Amnéville s'engagent... Merci à vous chers collègues !" (17/01/15) / "Aidez-les en participant à la Baby Rhino Shower le 3 mai 2015 : les bénéfices des ventes seront reversés à l'association." (23/04/15)</i></p> <p><b>SITE INTERNET</b>  <i>"Complété par plusieurs espaces-éducation et par un parcours aventures pour enfants destinés à sensibiliser le public à la protection du tigre [...]" (Accueil) / "Il nous incite à protéger ces magnifiques prédateurs et à respecter leur environnement." (Spectacles et nourrissages / Rapaces) / "Il met en valeur les comportements naturels des otaries, nous sensibilise au problème de la pollution des océans, et dévoile l'intelligence extraordinaire des otaries qui n'a rien à envier à celle des dauphins !" (Nourrissages et spectacles / Otaries) / "goût pour le jeu tout en délivrant des messages relatifs au trafic animalier et à la déforestation." (Nourrissages et spectacles / Perroquets)</i></p> <p><b>BROCHURE</b>  <i>"A la fois ludique et pédagogique " (Intérieur) / "Il met en valeur les comportements naturels des otaries, nous sensibilise au problème de la pollution des océans et dévoile l'intelligence extraordinaire de ces animaux qui n'a rien à envier à celle des dauphins!" (Intérieur) / "A la fois ludique et instructive" (Intérieur) / "Des programmes pédagogiques attrayants pour petits et grands" (Intérieur) / "ces magnifiques perroquets nous dévoilent leur goût pour le jeu tout en délivrant des messages relatifs au trafic animalier et à la déforestation" (Intérieur)</i></p>
<p><b>5. Les zoos et aquariums sont responsables</b></p> <p>Clarté et honnêteté</p> <p>Bien-être, élevage, recherche, éducation</p>	<p><b>SITE INTERNET</b>  <i>"Les fauves ne sont pas des animaux de compagnie !" (Le parc / Nouveauté 2015) / "Les incompatibilités d'humeur entre individus doivent être surveillées pour éviter des affrontements sanglants. Il faut noter les dates d'accouplements pour prévoir celles des mises bas : certaines femelles devront alors être séparées du groupe." (Le parc / Présentation)</i></p> <p><b>BROCHURE</b>  <i>"Dans le cadre du Programme Européen d'élevage pour Espèces en danger" (Intérieur) / "Les parcs zoologiques permettent une meilleure connaissance du monde animal. On y effectue des travaux de recherche sur la reproduction, les pathologies et l'éthologie." (Intérieur)</i></p>
<p><b>6. Les zoos et aquariums s'occupent bien de leurs animaux</b></p> <p>Recherche d'amélioration</p>	<p><b>SITE INTERNET</b>  <i>"Une salle immense, tempérée et confortable, s'insère dans un fabuleux univers tropical avec falaises, cascades, pontons en bois et grottes préhistoriques." (Accueil) / "En dehors des spectacles et entraînements, chaque tigre dispose d'une vaste loge intérieure bien aérée, maintenue à une température de +10° par les plus grands froids. Les tigres</i></p>

<p>Qualité de vie très élevée Législation rigoureuse</p>	<p><i>passent plusieurs heures par jour dans des parcs extérieurs couvrant 600 m2 et comportant chacun des perchoirs et une piscine. Après chaque spectacle, les visiteurs pourront aller voir les parcs extérieurs des tigres.</i>" (Le parc / Nouveauté 2015) / <i>"Dans les zoos l'animal vit en sécurité, reçoit une nourriture saine et abondante ; il est à l'abri des intempéries, vacciné, soigné s'il est malade. Cette vie facile lui permet de vivre mieux et plus longtemps que dans la nature. Pour éviter que l'animal vienne à s'ennuyer par manque d'activité, les zoos pratiquent des techniques d'«enrichissement du comportement» en dissimulant de la nourriture, en proposant des jouets, en modifiant périodiquement le décor. Le dressage en complicité avec l'homme fournit à l'animal une véritable activité et une motivation : il est très bénéfique au psychisme des animaux et à leur bien-être, c'est le meilleur des «enrichissements».</i>" (Le parc / Nouveauté 2015) / <i>"Chaque espèce reçoit des compléments vitaminiques et minéraux. Quatre fois par an au moins, les animaux sont vermifugés et des analyses coprologiques sont réalisées. Les locaux sont nettoyés quotidiennement, et régulièrement désinfectés."</i> (Le parc / Présentation)</p> <p><b>BROCHURE</b>  <i>"Des animaux heureux et en pleine santé" (Intérieur) / "baie vitrée et vision sous-marine" (Intérieur) / "cohabitent harmonieusement" (Intérieur) / "vastes terrariums aux somptueux décors" (Intérieur) / "installation gigantesque qui répond à tous leurs besoins biologiques et leur permet d'exprimer un comportement naturel" (Intérieur) / "En dehors des spectacles, les tigres disposent de vastes loges intérieures et de parcs extérieurs végétalisés [...] comportant chacun une piscine." (Intérieur) / "reçoit une nourriture saine et abondante" (Intérieur) / "Il vit mieux et plus longtemps que dans la nature" (Intérieur) / "à l'abri des intempéries, vacciné, soigné s'il est malade : il vit mieux, plus longtemps que dans la nature" (Intérieur) / "Il faut éviter qu'il vienne à s'ennuyer par manque d'activité; le dressage en complicité avec l'homme fournit à l'animal une véritable activité et une motivation, il est très bénéfique à son psychisme et à son bien-être" (Intérieur) / "Un décor naturel répondant aux besoins biologiques des animaux" (Intérieur) / "Le zoo s'agrandit chaque année, il arrive un moment où les infrastructures doivent s'adapter." (Intérieur)</i></p>
<p><b>7. Les zoos et aquariums ont un intérêt pour les populations urbaines</b></p> <p>Lieux de tranquillité Se sentir bien, chacun à sa place Enfants des villes = leaders d'opinion de demain</p>	<p><b>BROCHURE</b>  <i>"véritable vitrine de la nature" (Intérieur) / "Un cadre enchanteur, vitrine de la nature" (Intérieur)</i></p>
<p><b>8. Les zoos et aquariums ont une approche éthique</b></p> <p>Approche commune et universelle Gestion de population</p>	

<p><b>9. Les zoos et aquariums sont éducatifs</b></p> <p>Lieu de découverte et d'apprentissage</p> <p>Lien avec les programmes scolaires</p>	<p><b>FACEBOOK</b></p> <p>"Pour tout savoir sur les métiers animaliers - Forum des métiers animaliers 16 &amp; 17 mai 2015" (04/03/15)</p> <p><b>SITE INTERNET</b></p> <p>"un avant-spectacle pédagogique" (Accueil) / "informer le public sur la conservation de la biodiversité, la lutte contre le trafic et la destruction des milieux naturels." (Le parc / Nouveauté 2015) / "La pédagogie sera omniprésente, des espaces-éducation de toute beauté seront consacrés à la biologie du tigre et à sa conservation." (Le parc / Nouveauté 2015) / "A la fois ludique et pédagogique, le spectacle montre [...]" (Nourrissage et spectacles / Rapaces) / "Un nourrissage qui permet de démystifier ce canidé victime de nos préjugés." (Nourrissage et spectacles / Loups)</p> <p><b>BROCHURE</b></p> <p>"Le zoo d'Amnéville veut sensibiliser le public à la sauvegarde du tigre, à lutter contre le trafic et la déforestation." (Intérieur) / "La pédagogie est omniprésente à TigerWorld" (Intérieur) / "Des espaces-éducatifs de toute beauté sont consacrés à la biologie du tigre et à sa conservation" (Intérieur) / "Un film explique les méthodes de dressage" (Intérieur) / "Les panneaux et autres équipements pédagogiques se diversifient et se multiplient." (Intérieur)</p>
<p><b>10. L'adhésion aux zoos et aquariums aide à la conservation à l'état sauvage</b></p> <p>Utilité des dons du public</p> <p>Événements informatifs</p> <p>Remerciement du public</p>	<p><b>FACEBOOK</b></p> <p>Création de l'événement "Tigres dans la ville" (23/02/15) / "A l'issue de l'exposition (8 - 12 avril à Metz), les tigres seront vendus le 5 juin aux enchères. L'argent de la vente sera reversé aux associations de protection du tigre." (08/03/15) / "A l'issue de l'exposition (8 - 12 avril à Metz), les tigres seront vendus le 5 juin aux enchères. L'argent de la vente sera reversé aux associations de protection du tigre." (16/03/15) / "En 2015, les 10 tigres grandeur nature exposés à Metz seront vendus aux enchères. Les fonds seront reversés au profit de la conservation du tigre." (31/03/15)</p> <p><b>SITE INTERNET</b></p> <p>"C'est grâce à vous ! Le Zoo d'Amnéville ne reçoit aucune subvention. En visitant le zoo, vous nous donnez les moyens de soutenir ces programmes." (Le parc / Conservation)</p>

## TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	2
DÉCLARATION ANTI-PLAGIAT.....	3
SOMMAIRE .....	5
INTRODUCTION .....	6
<b>CHAPITRE 1.</b>	
<b>L'ÉVOLUTION DES PARCS ZOOLOGIQUES EN FRANCE: MISE EN CONTEXTE .....</b>	<b>8</b>
<b>1. LA CAPTIVITÉ: SYMBOLE DE POUVOIR, OBJET DE DIVERTISSEMENT .....</b>	<b>9</b>
1.1. DE L'ANTIQUITÉ À LA RÉVOLUTION FRANÇAISE: L'AVÈNEMENT DES MÉNAGERIES .....	9
1.2. DES MÉNAGERIES AUX JARDINS ZOOLOGIQUES: VERS UNE DÉMOCRATISATION.....	11
<b>2. LA CRISE DU MILIEU DU XX<sup>ÈME</sup> SIÈCLE .....</b>	<b>14</b>
2.1. UNE PERTE DE CONFIANCE TOTALE .....	14
2.2. VERS DE NOUVELLES MISSIONS POUR LES PARCS ZOOLOGIQUES .....	16
<b>3. UN ÉTAT DES LIEUX ACTUEL .....</b>	<b>18</b>
3.1. UN REGAIN D'INTÉRÊT POUR LES PARCS ZOOLOGIQUES .....	18
3.2. UN MESSAGE TOUJOURS FRAGILE .....	20
CONCLUSION DU CHAPITRE 1.....	22
<b>CHAPITRE 2.</b>	
<b>VERS UNE COMMUNICATION CORPORATE ? .....</b>	<b>24</b>
<b>4. LE BIOPARC DE DOUÉ-LA-FONTAINE: UN OUTIL POUR LA CONSERVATION .....</b>	<b>27</b>
4.1. UNE PASSION FAMILIALE .....	27
4.2. UN ESPACE POUR LA CONSERVATION OUVERT AU PUBLIC .....	27
<b>5. LE ZOO Parc DE BEAUVAL: ENTRE PROMENADE ET PARC TOURISTIQUE.....</b>	<b>32</b>
5.1. À LA RECHERCHE DE LA PRIMEUR .....	32
5.2. UN PARC À L'AMÉRICAIN .....	32
<b>6. LE ZOO D'AMNÉVILLE: DES IDÉES ENVERS ET CONTRE TOUT .....</b>	<b>37</b>
6.1. ENTRE PASSION ET DÉTERMINATION .....	37
6.2. ALLIANCE DU CIRQUE ET DU PARC D'ATTRACTION .....	37
CONCLUSION DU CHAPITRE 2.....	41
<b>CHAPITRE 3.</b>	
<b>UN MESSAGE FRAGILE, UNE AMBIGUÏTÉ DE POSITIONNEMENT .....</b>	<b>43</b>
<b>7. LIEUX DE DIVERTISSEMENT: LES PARCS ZOOLOGIQUES DESCENDENT DES FOIRES.....</b>	<b>44</b>
<b>8. LIEUX D'EXPOSITION: LES PARCS ZOOLOGIQUES DESCENDENT DES MUSÉES.....</b>	<b>46</b>
8.1. PARCS ZOOLOGIQUES ET MUSÉES: DES SIMILITUDES NOMBREUSES .....	46
8.2. LIEUX D'EXPOSITION: QUELLE PLACE POUR LA SCÉNOGRAPHIE ET LA CULTURE ?.....	47
<b>9. LIEUX D'ÉDUCATION: LA VOCATION SCIENTIFIQUE DES PARCS ZOOLOGIQUES .....</b>	<b>51</b>
9.1. SUR PLACE, UNE MISSION ÉDUCATIVE PRISE À CŒUR .....	51
9.2. AU-DELÀ DU PARC ZOOLOGIQUE: L'AVANT / APRÈS .....	53
CONCLUSION DU CHAPITRE 3.....	55
CONCLUSION .....	56

BIBLIOGRAPHIE ET CONFÉRENCES.....	58
SITOGRAFIE.....	60
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	61
TABLE DES ANNEXES.....	62
TABLE DES MATIÈRES.....	84

**MOTS-CLÉS** : zoos, valeurs, positionnement, communication corporate, conservation

## **RÉSUMÉ**

Alors que les premiers parcs zoologiques ont vu le jour il y a plusieurs millénaires de cela, leur histoire est fortement liée à l'évolution des valeurs de la société. Depuis le milieu du XX<sup>ème</sup> siècle, une série d'événements a marqué le début d'une crise de confiance de celle-ci envers ces établissements. Pour y remédier, des législations et associations ont vu le jour. C'est notamment le cas de l'association mondiale des parcs zoologiques et aquariums (WAZA) qui travaille au quotidien à l'amélioration de la réputation de ceux-ci. Alors que les médias et la société montrent un regain d'intérêt envers les parcs animaliers, ce mémoire propose d'étudier, au travers de l'analyse du discours de trois parcs zoologiques français, comment ceux-ci se sont appropriés les valeurs préconisées par la WAZA. Alors que cette dernière tente de mettre en place une communication corporate, nous verrons comment le positionnement actuellement ambiguë de ceux-ci les empêche d'être pleinement reconnus comme des organismes utiles à la conservation.