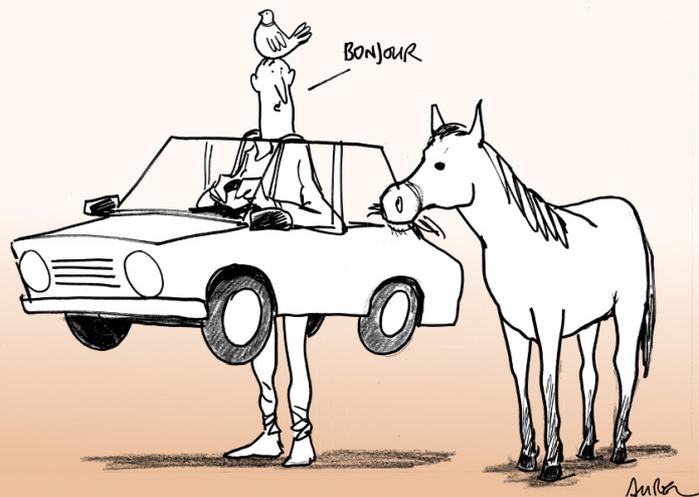


Vivre avec les autres animaux



Ce document est la transcription révisée, chapitrée et illustrée, d'une vidéo du MOOC UVED « Vivre avec les autres animaux ». Ce n'est pas un cours écrit au sens propre du terme ; le choix des mots et l'articulation des idées sont propres aux interventions orales des auteurs.

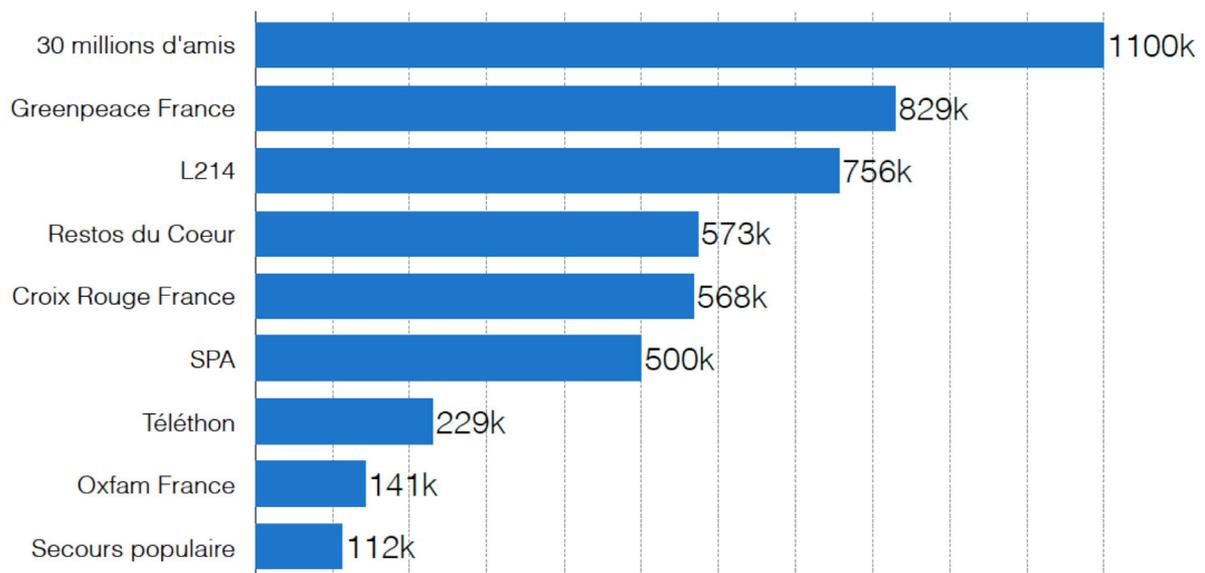
Bien-être animal : les associations comme acteurs du changement politique

Romain Espinosa

Chargé de recherche au CNRS

1. Les associations de défense des animaux

Les associations de défense des animaux sont devenues, ces dernières années, des acteurs-clés de la transformation sociale de nos rapports avec les animaux. Par leurs campagnes, elles ont largement contribué à informer et sensibiliser l'opinion publique sur les conditions de vie des animaux dans la société. Ces associations bénéficient d'un large soutien populaire reflété par une forte audience sur les réseaux sociaux et dépassent parfois celle d'associations plus traditionnelles. Au printemps 2021, par exemple, les associations comme la fondation 30 millions d'amis, L214 ou la SPA comptaient plusieurs centaines de milliers de followers sur Facebook, dépassant certaines organisations plus traditionnelles comme la Croix-Rouge ou Les Restos du Cœur.



Nombre d'abonnés sur Facebook – mai 2021

Les associations animalistes ont à cœur la défense d'un intérêt public : la protection animale. Elles partagent un objectif commun qui vise à transformer la société vers un monde avec moins de souffrance animale.

2. Hétérogénéité du paysage associatif

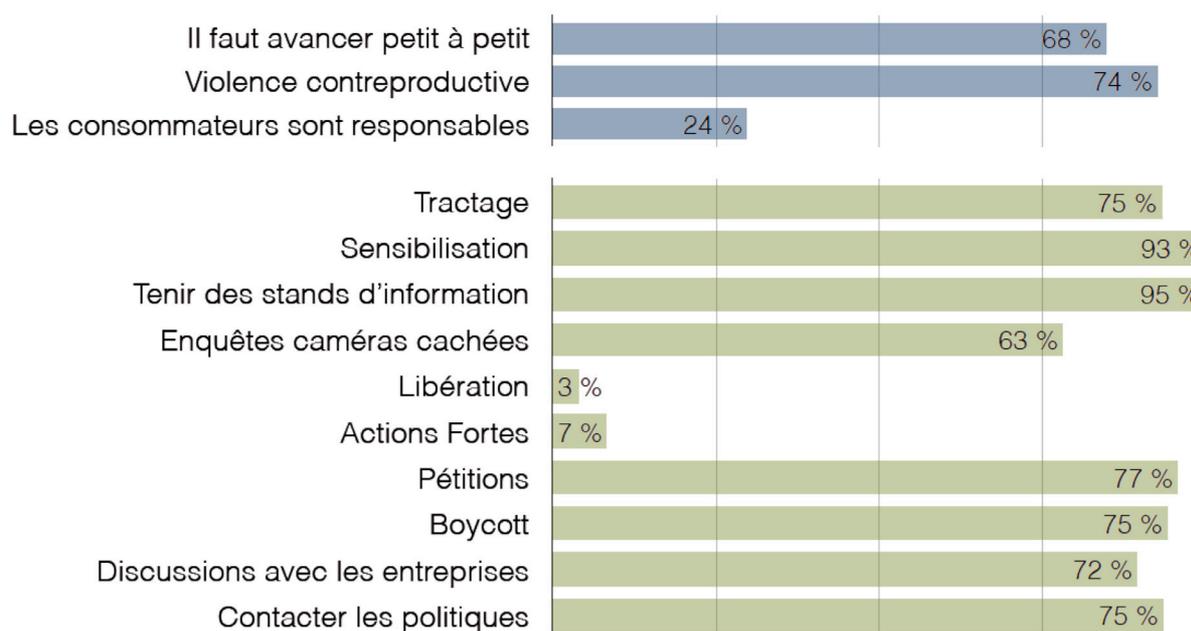
Le paysage associatif est relativement hétérogène. Tout d'abord, ces associations diffèrent dans leur domaine de compétences. Certaines associations sont généralistes et s'intéressent à tout type d'animaux, comme la Fondation Brigitte Bardot ou Paris Animaux Zoopolis. D'autres associations sont spécialisées sur un type d'exploitation animale comme Welfarm, CIWF ou L214 qui ne traitent que des animaux d'élevage. De même, certaines associations se focalisent sur la chasse, comme AVA, ou sur les animaux de compagnie, comme la SPA.

Les associations se distinguent également sur le but qu'elles poursuivent. Certaines associations dites welfaristes, comme CIWF ou Welfarm, ne remettent pas en cause l'exploitation des animaux dans son ensemble, mais cherchent à améliorer leurs conditions d'existence. D'autres associations dites abolitionnistes, comme Boucherie Abolition, comme le dit son nom, refusent catégoriquement toute forme d'utilisation d'animaux. Entre les deux, on trouve des militants dits réformistes, comme ceux de L214, qui regrettent l'exploitation d'animaux, mais proposent des réformes consensuelles pour faire avancer la société.

Enfin, les associations diffèrent également sur les méthodes qu'elles emploient. Regardons un peu plus en détail. Dans un récent travail, j'ai interrogé 19 associations de défense des animaux sur leur vision du mouvement animaliste et sur leurs méthodes pour changer la société. La grande majorité des militants considère qu'il faut avancer petit à petit et

condamne le recours à la violence. Une minorité considère que le consommateur est responsable de la souffrance des animaux et blâme davantage le système légal et économique. Ces militants déploient de nombreux efforts pour influencer les citoyens au moyen, par exemple, de tractages de rue, de campagnes de sensibilisation ou encore d'enquêtes filmées en caméra cachée. On observe, de plus, un très fort rejet des actions illégales voire violentes.

Visions et méthodes de 19 associations de défense des animaux



Source : R. Espinosa

3. Associations et pouvoir politique

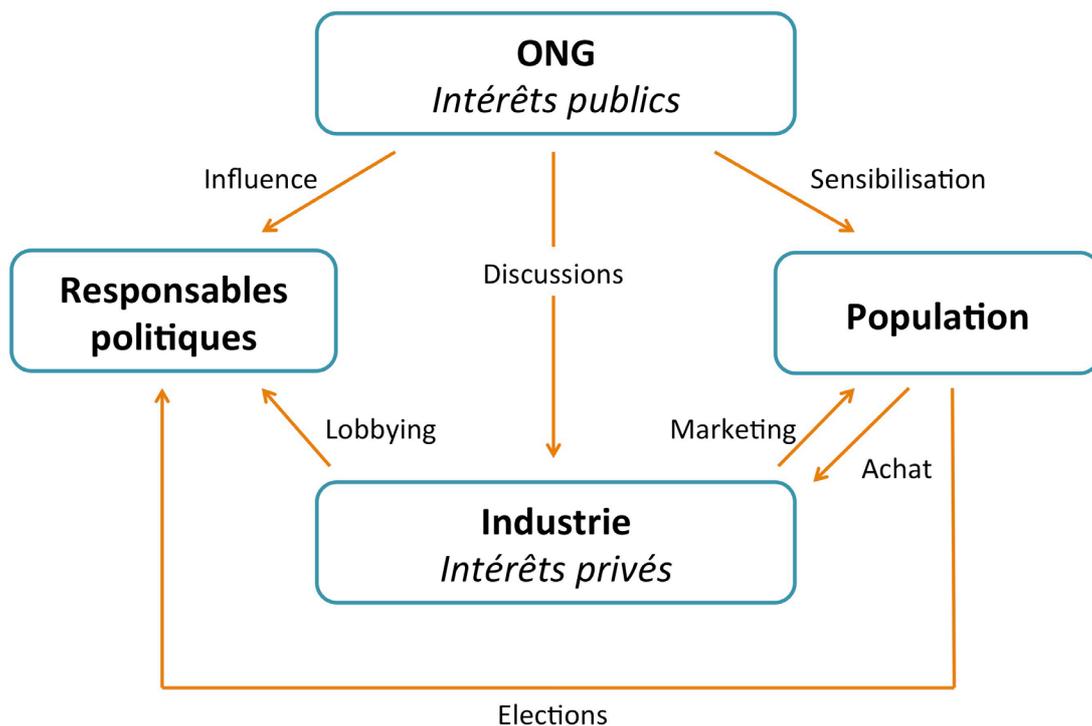
Les associations cherchent à exercer une pression sur le pouvoir politique ou sur les entreprises. L'action de ces associations s'inscrit dans un contexte d'une société complexe qui se veut multi-acteurs. En agissant auprès des responsables politiques, elles cherchent à obtenir un changement de législation qui constituerait la manière la plus rapide de mettre un terme aux pires pratiques en matière d'exploitation animale.

La plateforme Politique & animaux développée par L214 est un exemple de la pression qu'essaient d'exercer ces ONG sur le milieu politique. Cet outil référence les prises de position des élus de différents partis en matière de bien-être animal et propose un système de notation agrégeant les engagements sur plusieurs dimensions comme la chasse, l'élevage ou l'expérimentation animale.

Ce référencement permet de garder un historique des prises de positions des uns et des autres et donne aussi plus de visibilité aux électeurs sur les actions de leurs élus. Les prises de position contre le bien-être des animaux deviennent ainsi politiquement plus coûteuses et au contraire, les engagements politiques en faveur des animaux sont davantage valorisés.

4. Associations et entreprises

Face au fossé grandissant qui oppose l'opinion publique, d'une part, à la représentation nationale, d'autre part, on observe un nombre important d'associations qui ont cherché ces dernières années à introduire un changement de société en s'adressant directement aux entreprises. Par exemple, le groupe Casino a récemment développé un partenariat avec CIWF visant à labelliser la vente de poulets et ainsi mettre en valeur les pratiques d'élevage les plus vertueuses. De la même manière, plusieurs associations se sont engagées dans des discussions avec les entreprises du secteur de l'agro-alimentaire pour les convaincre de bannir les pires pratiques, de l'élevage notamment, au travers du European Chicken Commitment.



5. Associations et citoyens

Les ONG de défense des animaux cherchent également à convaincre les citoyens. Ce travail de sensibilisation et d'information se fait notamment au travers d'enquêtes rendues possibles par des lanceurs d'alerte, qu'il s'agisse de maltraitance dans les élevages, les abattoirs, ou bien les cirques, mais également en matière de chasse ou d'animaux de

compagnie. Ces enquêtes trouvent un large écho dans une population majoritairement convaincue par la nécessité de prendre davantage en compte le bien-être des animaux. Ces campagnes d'information et de sensibilisation sont efficaces en ce qu'elles permettent à chaque citoyen d'amorcer le changement de société par lui-même plutôt qu'attendre un changement systémique de société. La force des campagnes auprès de l'opinion publique réside dans l'effet de levier sur les responsables politiques et l'industrie. En effet, sensibiliser un individu, c'est sensibiliser un consommateur qui, par ses décisions d'achats, pourra à son tour influencer l'industrie. Les industriels sont avant tout soucieux de leurs profits. Si les consommateurs se détournent des produits les moins respectueux des animaux, les entreprises cesseront de les vendre. En outre, informer la population, c'est aussi informer un citoyen. Ce citoyen pourra à son tour exprimer ses demandes en matière de condition animale lors des scrutins électoraux. Les partis politiques qui ont à cœur de gouverner devront prendre en compte la question animale dans leur programme.

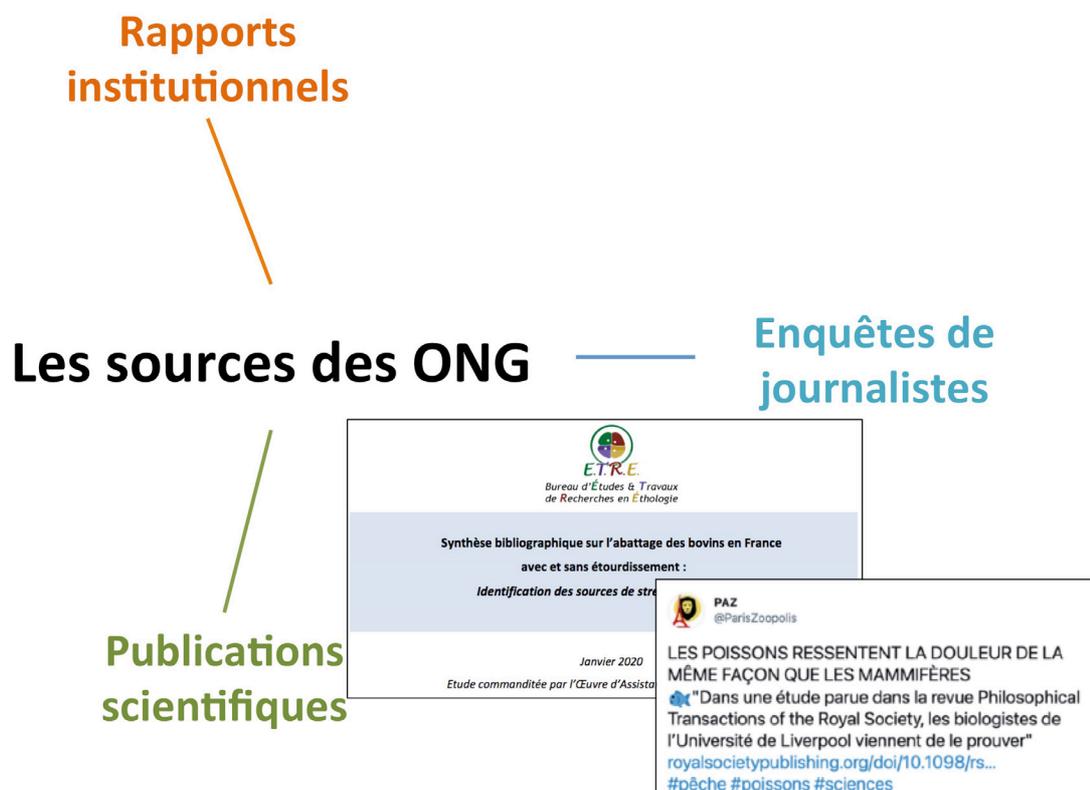
6. Autres acteurs s'emparent du sujet

On pourra enfin noter que ces ONG ne sont pas les seules à agir et qu'elles font face à une partie de l'industrie fermement opposée à toute évolution du bien-être animal. Il peut s'agir de groupes agro-alimentaires ayant investi dans les élevages intensifs de type ferme usine ou bénéficiant d'autres formes d'exploitation animale comme la fourrure, les spectacles d'animaux sauvages ou encore l'élevage pour la chasse. Les représentants de ces intérêts privés agissent aussi auprès des responsables politiques ou directement auprès des consommateurs. À titre d'exemple, de récents travaux ont mis en lumière les sommes colossales dépensées par l'industrie de la viande dans divers pays pour minimiser la responsabilité de ce secteur dans le changement climatique. En France, on observe aussi des campagnes de marketing ou d'influence auprès des consommateurs, parfois chez les plus jeunes avec des interventions dans les écoles primaires au moyen de kits développés par les représentants des filières. On peut notamment mentionner la série de vidéos et de visuels de la série "Bienvenue chez les Jolipré !" élaborée et diffusée dans les écoles par un des plus grands groupes de lobbying de la viande en France, l'interprofession du bétail et des viandes, Interbev. C'est donc à une vraie guerre d'information à laquelle nous assistons entre les associations de défense des animaux et les groupes d'intérêt privés.

7. Arguments mobilisés

Dans cette lutte visant à convaincre les différents acteurs en présence, les ONG ont principalement recours à 3 grands types d'arguments. Elles présentent naturellement des éléments portant directement sur le bien-être animal comme en témoigne le visuel de la campagne de Paris Animaux Zoopolis sur les sentiments chez les animaux dits liminaires. Mais les associations de défense des animaux ont aussi recours à des arguments plutôt indirects sur les conséquences liées à l'exploitation animale, qu'elles soient

environnementales ou sanitaires. On peut voir ici un visuel de L214 sur l'impact de l'élevage sur la déforestation ou encore une infographie de CIWF sur l'impact de la consommation de viande et de produits laitiers sur la santé. Pour construire leur discours, ces associations se fondent sur de multiples sources. Prenons le cas de L214. Sur son site Internet, l'association dénonce la sélection génétique des poulets utilisée dans les élevages en vue d'accélérer la croissance et donc la rentabilité des animaux. L'association renvoie à 2 rapports de la Commission européenne sur le sujet. Sur la question des abattoirs en France, l'association mentionne plusieurs rapports nationaux dont le rapport de la commission d'enquête du député Falorni de 2016. Outre ces rapports institutionnels, l'association mobilise des résultats d'enquêtes de journalistes pour dénoncer les dérives de l'élevage comme en témoigne ce tweet sur un reportage sur les algues vertes en Bretagne. De manière générale, les associations de défense des animaux font souvent référence à des expertises et conclusions scientifiques. Par exemple, l'association OABA, spécialisée dans l'abattage, commande régulièrement des expertises scientifiques auprès de chercheurs français pour faire un bilan sur les souffrances induites par différentes méthodes d'abattage. On observe aussi que les associations se font le relai des dernières publications académiques, qu'il s'agisse d'éthologie, de sciences de l'environnement, de médecine ou encore d'autres disciplines. Vous avez ici le partage d'une publication sur Twitter de l'association Paris Animaux Zoopolis.



8. Conclusion

Les ONG de défense des animaux agissent dans un contexte social complexe qui les a conduites à diversifier leurs méthodes d'action. À défaut d'obtenir de réelles avancées auprès des responsables politiques, elles discutent avec les entreprises et utilisent l'opinion publique pour construire un rapport de force avec l'industrie et le gouvernement pour faire avancer la condition animale. Pour ce faire, elles mobilisent principalement 3 grands types d'arguments, bien-être animal, santé et environnement, et plusieurs sources institutionnelles, scientifiques mais aussi journalistiques.