



Mutations et Management

DIREN PACA

Evaluation de la campagne de communication du programme LIFE
« Le retour du loup dans les Alpes Françaises »

Rapport final

SOMMAIRE

1 - RAPPEL DES OBJECTIFS	3
2 - APPROCHE METHODOLOGIQUE RETENUE	4
3 - CONSTATS.....	7
3.1 - ENQUETE QUALITATIVE :	7
3.1.1 - <i>Des avancées significatives grâce à la communication de LIFE</i> :	7
3.1.2 - <i>Evaluation des outils de communication du programme LIFE</i> :	8
3.1.3 - <i>Les perceptions de la communication par les acteurs interviewés</i> :	11
3.2 - ENQUETE QUANTITATIVE :	13
3.3 - ANALYSE DE LA COUVERTURE PRESSE :	17
4 - ANALYSE	18
4.1 - LA COMMUNICATION LIFE SUBIT DE FORTES INTERFERENCES.....	18
4.2 - LA COMMUNICATION DE LIFE VISE DES THEMES A FORTE SENSIBILITE, A DOMINANTE SYMBOLIQUE ET IMAGINAIRE :	19
4.3 - L'ACCEPTATION A-T-ELLE PROGRESSE ?	19
5 - QUELLE COMMUNICATION DEPLOYER DEMAIN ?.....	21
5.1 - LES SUGGESTIONS DES INTERVIEWES :	21
5.2 - NOS PRECONISATIONS :	22

Annexes :

Annexe 1 : Listes des acteurs interviewés.

Annexe 2 : Résultats détaillées de l'enquête quantitative.

Annexe 3 : Analyse détaillée de la couverture presse.

1 - RAPPEL DES OBJECTIFS

Le programme européen LIFE « le retour du loup dans les Alpes françaises » vise la conservation de l'espèce loup en Provence Alpes Côte d'Azur et en Rhône Alpes.

Ce programme se clôture fin 2003.

Il est porté par le Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable (MEED) et les DIREN PACA et Rhône Alpes.

Trois types d'actions sont développés dans ce programme :

- le volet pastoral permet de déployer des mesures de prévention et de protection des troupeaux face aux attaques de loup,
- le volet scientifique cherche à améliorer la connaissance du prédateur (aspects biologique, déplacements, ...),
- **le volet communication a pour objectif d'améliorer « l'acceptation locale de la présence du prédateur et le niveau d'information générale du grand public sur l'espèce ».**

La maîtrise d'œuvre du volet communication est assurée par la DIREN PACA.

Ce volet a en partie été développé à partir d'une étude préalable qui a permis de mettre en œuvre un plan d'information et de communication, validé par le Ministère de l'environnement et l'Union Européenne, sur la période mi-2001/fin 2003.

Le document d'objectifs du programme prévoit la **« réalisation d'une enquête légère à la fin du projet pour évaluer l'impact de la campagne de communication sur les publics cibles ».**

Pour mener à bien cette enquête la DIREN PACA a animé un Groupe de suivi réunissant la Direction de la Nature et des Paysages (DNP) du MEED, le Ministère de l'agriculture, les deux DIREN (Rhône Alpes et Provence - Alpes - Côte d'Azur) et l'ONCFS.

Le Groupe de suivi a élaboré un cahier des charges de l'enquête dont l'objectif global est ainsi formulé : **« s'attacher à mesurer l'efficacité et la pertinence de la communication mise en place ».**

Après avoir répondu à ce cahier des charges, Sémaphores a été retenu pour réaliser l'évaluation.

2 - APPROCHE METHODOLOGIQUE RETENUE

La méthode retenue par Sémaphores, en concertation avec le Groupe de suivi, conjugue trois approches.

- une enquête quantitative,
- une enquête qualitative,
- une analyse sommaire de la couverture presse.

En effet, tout en restant « légère » une enquête quantitative seule n'était pas adaptée pour mesurer des variations sur une période aussi courte (juillet 2001/juin 2003), en restant avec des tailles d'échantillon raisonnables (de l'ordre de la centaine).

De plus, l'adjonction d'une enquête qualitative, même sur un échantillon restreint, permet d'aller au-delà du résultat brut pour mieux comprendre les composantes et les causes de la problématique.

S'agissant d'un problème de communication, il fallait comprendre comment les représentations se construisent et comment elles peuvent se modifier.

L'enquête qualitative, en laissant la liberté de parole aux interviewés (contrairement à un questionnaire fermé) permet en outre de discerner leurs véritables préoccupations, leurs évolutions et les facteurs, généralement multiples, qui les expliquent.

Ce type d'enquête s'est destiné à fournir le vécu des interviewés sur les actions de communication engagées, leur impact, les autres facteurs influençant la situation, les mesures à développer par la suite ...

En même temps, concernant des outils de communication (journaux, bulletins d'information, réunions, films ...), ce type d'enquête ne remplace pas les tests classiques à faire régulièrement auprès des cibles (ex : questionnaires lecteurs, comités de lecture, fiches de satisfaction, tables rondes ...).

Aussi a-t-il été décidé de :

- **concentrer une enquête quantitative auprès du grand public dans les Alpes Maritimes et en Savoie, dans la continuité de la première enquête d'A. Bath et conformément au cahier des charges du programme LIFE,**
- **déployer une enquête qualitative auprès de la cible prioritaire, constituée des professionnels et des leaders d'opinion du monde du pastoralisme,**
- **analyser la Presse Quotidienne Régionale (PQR) et quatre quotidiens nationaux.**

GUIDE D'ENTRETIEN

- ↳ Présentation des activités de l'interviewé,
- ↳ A quel titre a-t-il été concerné par le loup et l'action LIFE ?
- ↳ Comment pose-t-il le problème du loup sur son territoire ?
- ↳ Quelles actions a-t-il perçues ? Notamment en matière de communication.
- ↳ En particulier, quel impact selon lui, sur quelles cibles ?
- ↳ D'autres facteurs influents sont-ils intervenus selon lui – les quels – impacts ?
- ↳ Quelles sont selon lui les actions à envisager pour l'avenir ?
- ↳ Quel est son potentiel de contribution ?

⇒ Pour conduire l'enquête qualitative nous avons réalisé des entretiens semi-directifs, ouverts, auprès de quarante acteurs des six départements actuellement les plus concernés par le retour du loup : Alpes Maritimes, Alpes de Haute Provence, Hautes Alpes, Drôme, Isère et Savoie.

Ces entretiens ont été conduits, pour un tiers en face à face, pour le reste par téléphone, par quatre consultants distincts de Sémaphores afin de bénéficier de regards croisés.

Le guide d'entretien (cf. page de gauche) et une grande partie de l'échantillon des gens interviewés (cf. annexe 1) ont été construits en concertation avec le Groupe de suivi.

Ainsi a-t-il été décidé d'interviewer les acteurs suivants :

- vingt professionnels¹, éleveurs et/ou bergers ayant subi des dommages et/ou ayant mis en place des mesures de prévention,
- dix leaders d'opinion professionnels (syndicats et associations professionnelles, organismes techniques ...),
- dix d'institutionnels représentants de l'ONCFS, des DDAF et des Parcs les plus concernés.

L'enquête qualitative s'est déroulée de mi-mai à fin juin 2003, volontairement avant la période estivale qui concentre les attaques du loup sur les troupeaux.

La publication du rapport parlementaire en mai 2003 ne semble pas avoir eu d'impact direct significatif sur l'enquête. En effet, dans cette période, les éleveurs étaient dans une posture d'attente des suites concrètes du rapport.

⇒ L'enquête quantitative

a été concentrée sur le « grand public ». Ainsi avons nous administré un questionnaire téléphonique auprès de quatre cents (400) personnes résidant en Savoie et dans les Alpes Maritimes, dans les mêmes communes que l'enquête initiale (communes de moins de 10 mille habitants)

Ces personnes ont été interviewées à partir d'une vingtaine de questions à choix multiples, extraites de l'enquête initiale, afin de mettre en évidence des écarts significatifs, des tendances depuis la première enquête.

Ce questionnaire a été enrichi par quelques nouvelles questions dont la pertinence nous est apparue suite à l'enquête qualitative, réalisée avant (ex : compatibilité loup/pastoralisme).

L'annexe 2 présente le questionnaire utilisé tel qu'il a été validé par le Comité de suivi.

Cette enquête a été déployée en juillet 2003 pour éviter le biais des pics d'attaques de début septembre.

¹ Certains d'entre eux assurent également des fonctions représentatives au sein d'associations liées à la profession.

⇒ L'analyse de la couverture presse,

a porté sur près de trois cents (300) articles issus de :

- la PQR à partir de la revue de presse tenue à jour par le chargé de communication LIFE-Loup depuis 1999,
- quatre quotidiens nationaux dont nous avons recueilli les articles depuis 1995.

⇒ Les cinq consultants de Sémaphores mobilisés pour ces trois approches se sont réunis lors de deux débriefing afin de croiser leurs analyses et préparer les deux présentations des résultats au Groupe de suivi.

Une présentation intermédiaire a eu lieu dans les locaux de la DIREN à Lyon le 11 juillet 2003.

Une restitution finale s'est tenue au même endroit le 25 septembre 2003.

Dans les pages suivantes nous décrivons successivement les constats issus de chacune des trois approches (enquêtes qualitative et quantitative, analyse de la presse) avant de livrer une analyse et des préconisations globales.

Préambule :

Les deux enquêtes ont reçu un accueil favorable des interviewés.

Le grand public s'est montré intéressé par le sujet.

Les professionnels ont, la plupart du temps, semblé apprécier l'écoute qui leur était faite, à tel point que:

- la durée moyenne des entretiens a été de deux heures, soit 20 à 30% de plus que pour des enquêtes similaires au sein d'autres professions,
- ceux qui ont été interviewés par téléphone nous ont souvent invités à leur rendre visite pour compléter les échanges (invitations que nous n'avons pu honorer).

Visiblement, les professionnels témoignent **d'un besoin exacerbé d'échanges, et surtout d'écoute, interactifs, en face à face.**

Nombreux sont ceux qui nous ont demandé quelles suites seraient données à l'enquête.

3.1 - ENQUETE QUALITATIVE :

3.1.1 - Des avancées significatives grâce à la communication de LIFE :

La communication LIFE a permis de dégager une base de connaissances communes à une majorité d'acteurs concernés, constituant un référentiel indispensable à un dialogue constructif (pré-requis) entre institutionnels et professionnels.

Ainsi, grâce essentiellement à la communication déployée dans le cadre du programme LIFE (Infoloups, films, affiches et plaquette à l'attention des touristes, dialogue avec les professionnels, ...):

- le nombre minimum de 30 loups et de leur zones de présence constituent un repère globalement partagé ; il permet d'éviter désormais certains débats sans fin sur l'étendue du territoire du prédateur,
- la connaissance des mesures de prévention et de protection paraît bien établie. Dans l'ordre, les mesures les plus connues, et la plupart du temps associées à LIFE, sont les suivantes: l'utilisation des chiens, les filets, les cabanes de bergers (sujet assez polémique), les formations,
- l'association loup/indemnités compensatoires paraît acquise (ce qui n'exclut pas des questions sur la pérennité de cette mesure),
- la (nouvelle) problématique loup/tourisme est connue et débattue (par exemple au travers de l'utilisation des chiens de protection, et de la sensibilisation des promeneurs à l'existence de ces chiens ...).

Dans la communication développée par LIFE, les professionnels apprécient particulièrement les relations en face à face (plus que les réunions), les contacts sur le (leur) terrain.

L'action de communication LIFE qui a été la plus souvent citée lors des entretiens avec les professionnels et les leaders d'opinion est la suivante : « il est venu nous voir, on a pu discuter ».

« Il » désignant le plus souvent le chargé de communication LIFE, mais aussi parfois d'autres acteurs institutionnels (un garde ONCFS, un représentant de la DDAF, un technicien pastoral).

Les institutionnels ont quant à eux souligné l'intérêt de leur mise en réseau inter-régional sur l'arc alpin mise en œuvre dans le cadre du volet communication de LIFE.

Cette mise en réseau leur a permis :

- de bénéficier d'une information en temps réel, identique pour tous,
- de capitaliser sur les retours d'expérience des uns et des autres,
- de tenir un discours commun, homogène, notamment vis à vis de la presse.

3.1.2 - Evaluation des outils de communication du programme LIFE :

Nous devons noter que très peu de ces outils de communication ont été cités spontanément par les interviewés.

L'évaluation présentée ci-dessous est déduite des déclarations des interviewés, la plupart du temps après une relance insistante de l'interviewer. Il ne s'agit donc pas d'un sondage concernant les réactions de lecteurs, de spectateurs ou d'utilisateurs des outils de communication concernés.

Devant la faible teneur de ces déclarations, nous avons dû compléter cette évaluation par notre propre analyse de ces outils.

⇒ **L'INFOLOUPS:**

Depuis mi 2001, L'INFOLOUPS a vécu une évolution de sa ligne éditoriale, qui paraît correspondre aux besoins de la cible prioritaire (les professionnels et leurs représentants).

En effet, le journal présente désormais les informations essentielles demandées par ces acteurs (nombre de loups, localisations ...). De plus, ses pages laissent une plus large place aux problèmes induits par le loup sur la profession que dans le passé où ces pages étaient essentiellement consacrées au prédateur.

Cependant, l'INFOLOUPS paraît globalement peu lu par les professionnels et leurs représentants.

Aussi l'évolution positive de la ligne éditoriale est-elle peu perçue.

A cela une explication essentielle : la lecture des premiers numéros, avant mi-2001, fut souvent fatale. Depuis, il semble que beaucoup de professionnels ne le lisent plus.

Aussi, pour la plus grande majorité des professionnels interviewés, le journal est-il encore connoté « pro loup ».

Dès lors, les préjugés, les rumeurs, les impressions prennent le pas. Par exemple, le journal serait « loin des préoccupations immédiates ».

Nous avons décelé de la rétention chez certains leaders professionnels censés assurer un relais de diffusion du journal.

Chez ceux qui voudraient s'y intéresser, nous avons noté que :

- la diffusion (comment se le procurer ?), la fréquence ... semblent peu connues,
- le lien associant l'INFOLOUPS à LIFE est rarement établi.

⇒ LES FILMS SUR K7 : DES SUPPORTS ATTRACTIFS

Incontestablement, ces films constituent des supports de communication attractifs. Nous avons ainsi pu être témoins de dialogues riches, et vifs, après la diffusion en réunion (Fête de la Transhumance à Die, juin 2003) du film réalisé à partir des images du PN Mercantour « Observation nocturne d'une attaque de loups... ».

Ils présentent un côté démythificateur et démystificateur certain, tant ils paraissent séduire ceux qui les ont vu car, disent-ils, « c'est la première fois qu'on voit le loup en situation ».

A tel point que nous avons enregistré des regrets chez ceux qui n'ont pas vu ces films mais qui en ont entendu parler.

Si le film en vision nocturne présentant une attaque de loups et le rôle des chiens patous nous fut le plus cité, nos interlocuteurs ont généralement eu du mal à préciser de quel(s) film(s) ils témoignaient. Après les entretiens, notre analyse sur les effets du film en vision nocturne rejoint celle de Cécile DUBUIT, chargée d'une étude sur le sujet.

En effet, ceux qui étaient convaincus de l'efficacité des chiens patous semblent l'être davantage après la visualisation du film. Ceux qui ne l'étaient pas spécialement paraissent souvent l'être encore moins.

Parmi les acteurs interviewés, certains nous ont déclaré que les propos des professionnels filmés étaient différents de leurs discours habituels.

Comme pour l'Infoloups, les modalités de diffusion des K7 ainsi que les modalités d'utilisation semblent peu connues des professionnels interviewés.

⇒ AFFICHES ET PLAQUETTE D'INFORMATION TOURISTES :

Ces outils sont généralement davantage perçus comme des **moyens de prévention** que comme des outils de communication (peut-être y a-t-il là confusion avec les panneaux d'information qui leurs sont distribués avec les chiens de protection ?).

Les propos des professionnels sur ces outils sont très flous.

Ceux qui nous en ont parlé les ont souvent situés dans un contexte de désaccord avec la commune sur la présence de chiens de protection, en conflit avec le développement du tourisme. Certains éleveurs citent des maires qui veulent miser sur la présence de loups pour attirer les touristes. La présence de patous serait un frein au développement du tourisme.

Généralement les professionnels ne semblent pas savoir comment se procurer ces affiches et plaquettes.

⇒ REUNIONS DIVERSES : UN SUPPORT A FORT POTENTIEL.

Les réunions rassemblant des professionnels et/ou leurs représentants autour de la problématique du loup constituent **un support de communication potentiellement riche par ses possibilités d'échanges interactifs**.

Cependant, selon certains professionnels interviewés : « ce n'est pas facile d'aller à des réunions » (quand on fait ce métier et qu'en plus on habite en montagne).

Les professionnels ne savent pas identifier le contexte des réunions auxquelles ils ont participé sur le sujet. Ils citent indistinctement et sans réelle certitude des réunions LIFE, des réunions organisées par le PNR, par « le réseau loup », des séances d'un Comité de concertation ...

⇒ LES CONTACTS TERRAIN

Enfin, bien que non identifiée comme un outil de communication dans le document LIFE « Plan d'information et de communication », **les contacts terrain** constituent **l'action la plus souvent citée** par nos interlocuteurs lorsqu'ils étaient interrogés sur le sujet.

Elle est également **la plus appréciée et celle qui est le plus souvent associée à LIFE** : proximité, écoute, communication incarnée, personnalisée, interactive ... caractérisent positivement cette action de communication. Encore une fois, cela désigne le chargé de communication aussi bien que les techniciens pastoraux LIFE.

3.1.3 - Les perceptions de la communication par les acteurs interviewés :

Si les **professionnels et leurs représentants** ont finalement apporté peu de témoignages directs sur les actions de communication du programme LIFE, le thème de la communication ne les a pas laissés indifférents.

Il nous paraît important de retranscrire dans ce paragraphe ce qu'ils perçoivent de la communication sur le sujet, **indépendamment de LIFE**, afin de mieux comprendre leurs préoccupations, leurs attentes ... pour, in fine, procéder aux adaptations stratégiques nécessaires.

Les perceptions sont relativement homogènes selon :

- les départements,
- les catégories d'interlocuteurs : les institutionnels sont pleinement conscients des préoccupations, des attentes et des perceptions induites chez des professionnels, par la problématique du loup, et par la communication déployée autour.

Cependant, chez les professionnels nous discernons des nuances selon :

- l'antériorité du vécu du loup: la résignation paraît augmenter avec le temps,
- la proximité croissante du loup: plus le loup approche, plus la crainte augmente (exemple dans la Drôme,?), plus les rumeurs sont fortes.

⇒ **Chez les professionnels et leurs représentants**, lorsque nous abordons le thème de la communication, nous décelons selon les cas:

- une crispation,
- de l'agressivité,
- un sentiment d'incompréhension,
- une posture de victime, le renforcement d'une irritation latente,

alors que sur le fond, un équilibre (précaire) s'est imposé entre la prédation vécue et l'exercice de leur profession.

Cet équilibre est aujourd'hui fonction de l'importance des dommages (antériorité / stabilité), des financements accordés, ... voire de la communication ... telle qu'elle est ressentie (fatalité : on ne peut lutter).

Cependant, un réel potentiel d'ouverture, de contribution, de dialogue existe. En effet, comme nous l'a fait remarquer un leader d'opinion : « les actions radicales sont en baisse ».

En réponse au mot « communication » de nos interviewers nous avons entendu des réactions spontanées exprimées par des mots très forts, mais qui, après analyse, ne semblaient pas spécifiquement désigner la communication LIFE (cf. § suivant et infra) : « mensonge », « gaspillage », « poudre aux yeux », « manipulation » (et donc développement de la rumeur) ; une communication qualifiée de « propagande écolo », et perçue comme n'étant « pas de la communication, mais de la pub »...

Relancés sur ces réactions spontanées et vives, les professionnels interviewés nous ont expliqué combien ils se sentent marginalisés par la communication grand public, déployée via la presse, les écoles voire, et depuis peu par des élus locaux. Certains d'entre eux disent se sentir dénigrés par la communication développée par les associations de défense du prédateur.

Les professionnels se sentent isolés, pris dans un effet tenaille, qu'ils vivent mal.

La communication est perçue à sens unique (direction et signification) :

- information descendante (peu d'écoute),
- une communication décrite comme étant générique, idéaliste... « non transparente », non factuelle : « on ne sait rien... sur les analyses des attaques... sur les résultats... », « Infoloups n'est pas ouvert à la contestation ».

L'exception appréciée et citée à cette communication est celle des contacts terrain du chargé de mission communication de LIFE : « il vient nous voir et nous écouter ».

L'origine de cette communication, que les professionnels dénoncent, est floue.

Nos interlocuteurs nous ont parlé d'un « ennemi » qu'ils ne savent pas spontanément identifier.

Après un temps de réflexion, ils citent « les associations » pro-loup, ainsi que parfois la DIREN, l'ONF (ONCFS ?) voire d'autres acteurs institutionnels selon les départements.

Ils ne savent pas précisément qui porte le programme LIFE, qui représente pour eux « une Europe d'en haut », porteuse de tous les maux : « ... j'ai des chiens patous... parce que le Parc m'en a proposé... si ça avait été LIFE, j'aurais refusé »,

- **Chez les institutionnels**, même si les perceptions sont assez similaires, les propos sont, bien sûr, moins virulents.

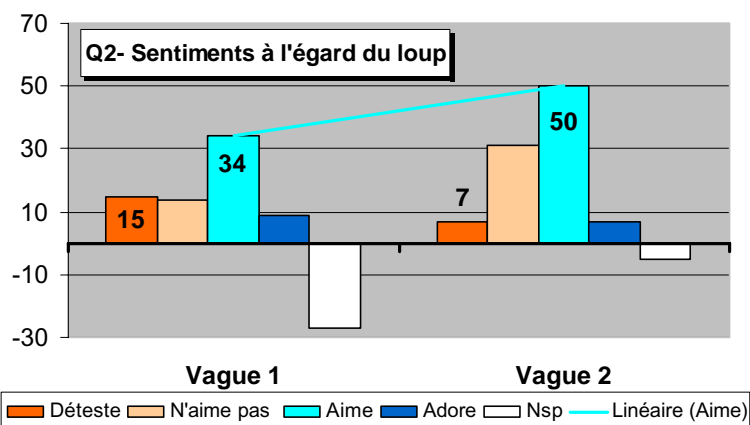
Les nouvelles orientations apportées par LIFE en matière de communication depuis 2001 sont en général connues. Elles sont appréciées.

Cependant, sur le plan de la communication, on se plaint d'un certain cloisonnement entre structures.

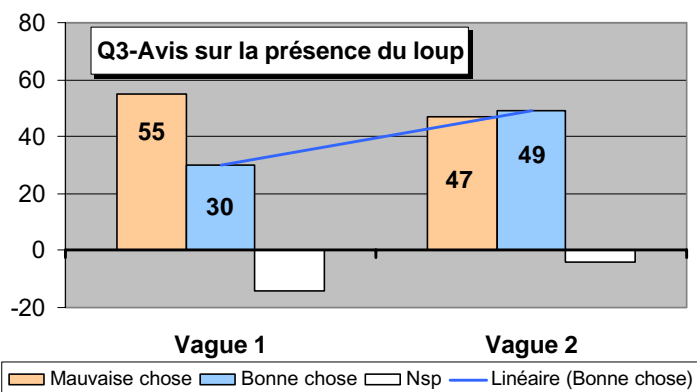
On exprime des attentes pour agir sur le terrain, notamment en matière de communication, ainsi que des interrogations.

⇒ L'AFFECTIF (fig.1)

	Enquête 1999	Enquête 2003
Q2- Sentiments pour le loup	Vague 1	Vague 2
Adore	9	7
Aime	34	50
N'aime pas	14	31
Déteste	15	7
Nsp	-27	-5



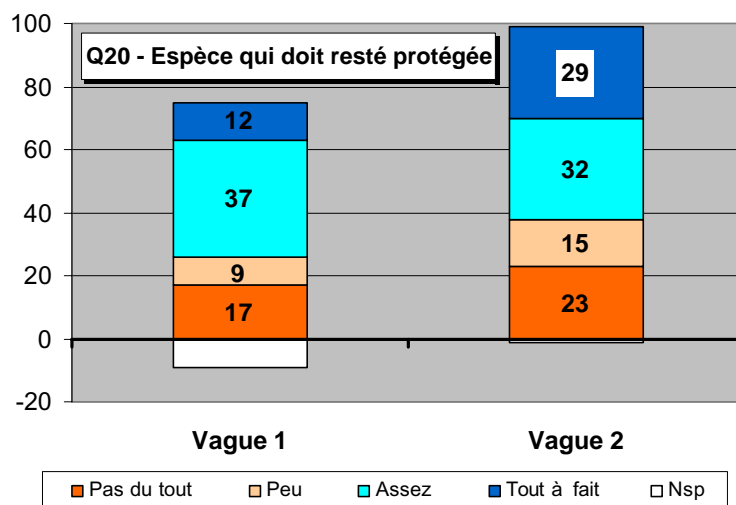
⇒ LA POSITION DE PRINCIPE (fig.2)



Q3- Avis sur la présence du loup	Vague 1	Vague 2
Bonne chose	30	49
Mauvaise chose	55	47
Nsp	-14	-4

⇒ LE CHOIX DE LONG TERME (fig. 3)

Q20- Espèce à protéger	Vague 1	Vague 2
Tout à fait	12	29
Assez	37	32
Peu	9	15
Pas du tout	17	23
Nsp	-9	-1



Ces attentes et interrogations concernent principalement les ressources à consacrer à la communication, voire à la protection du prédateur:

- quantitativement : « le coût (global) du loup me choque »,
- qualitativement : nos interlocuteurs expliquent que la communication à déployer représente une évolution de leur métier (écoute, concertation ...) à prendre en compte.

3.2 - ENQUETE QUANTITATIVE :

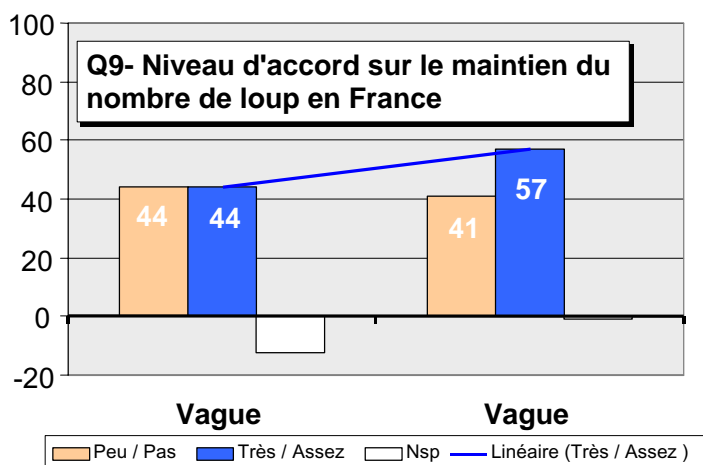
⇒ Dans le grand public, les opinions favorables l'emportent aujourd'hui sur les a priori négatifs concernant le prédateur (cf. page de gauche):

- l'espèce inspire davantage de « sympathie » (cf. fig 1 : sentiments favorables « aime le loup » = + 14 points par rapport à 2000),
- la présence de l'espèce dans l'arc alpin français est désormais acceptée par une majorité (tendance inverse à l'enquête 2000): 49% estiment aujourd'hui que c'est « une bonne chose » (soit + 19 points, cf. fig. 2),
- cet élan positif conduit le public à se déclarer plus significativement en faveur de la «protection de l'espèce » (fig. 3).

Si le loup remporte aujourd'hui davantage la faveur du grand public dans son « environnement naturel », l'engouement est moindre pour une augmentation de l'espèce en nombre (cf. fig.4 ci-après), en raison notamment de son impact sur l'élevage (cf. fig. 5 ci-après).

Le loup bénéficie d'un élan spontané du grand public, mais ce dernier relativise ses positions lorsqu'on rapproche la question avec celle du pastoralisme. Les avis sont alors plus partagés (cf. fig.6 ci-après).

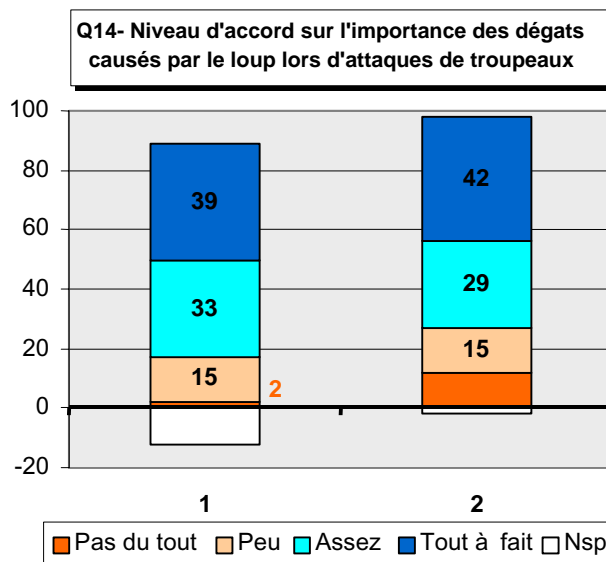
⇒ POUR LA STABILITÉ DE LA POPULATION (FIG. 4).



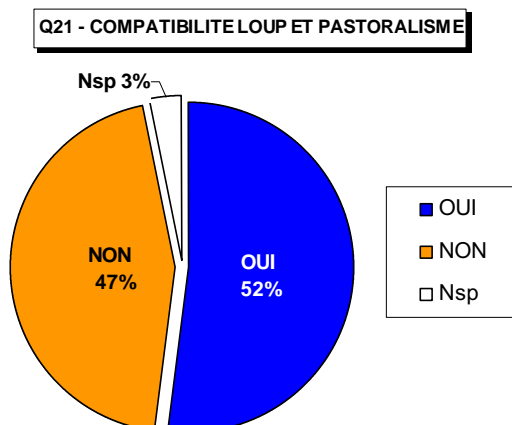
Q9- Accord sur le maintien de la population de loups	Vague 1	Vague 2
Très / Assez	44	57
Peu / Pas	44	41
Nsp	-12	-1

⇒ IMPACT SUR L'ELEVAGE (fig. 5)

Q14- Dégâts importants dans les troupeaux lors des attaques de loups	Vague 1	Vague 2
Tout à fait	39	42
Assez	33	29
Peu	15	15
Pas du tout	2	12
Nsp	-12	-2



⇒ COMPATIBILITE LOUP / PASTORALISME (fig. 6)



Q21- Pastoralisme et loup conciliable ?	Enquête 2003
OUI	52
NON	45
Nsp	3

⇒ Le grand public témoigne d'un niveau d'information « moyen » mais des attentes qui restent faibles en matière d'informations sur le loup :

- 45% s'estiment « très ou moyennement » informés sur le loup (cf. fig. 7)
- 47% du grand public ne souhaitent pas être destinataires d'informations spécifiques sur le loup (cf. fig. 8).

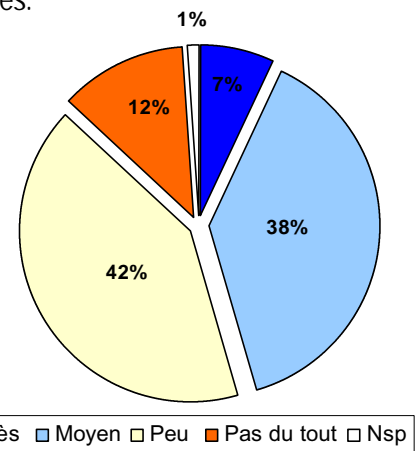
Les prises de positions ne semblent pas être fonction d'actions de communication précises et de messages bien identifiés par le grand public.

En effet (cf. fig. 9) :

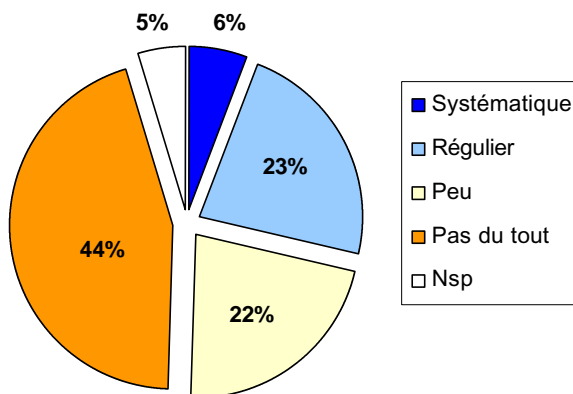
- pour une majorité des répondants (54 %), les médias ne se contentent que du « spectaculaire »,
- l'information n'est citée comme « correcte » que par 13 % des enquêtés.

⇒ NIVEAU INFORMATION (fig.7)

Q23- Niveau d'information sur le loup	Enquête 2003	Alpes Maritimes	Savoie
Très	7	11	4
Moyen	38	41	36
Peu	41	39	43
Pas du tout	12	9	16
Nsp	1	1	2



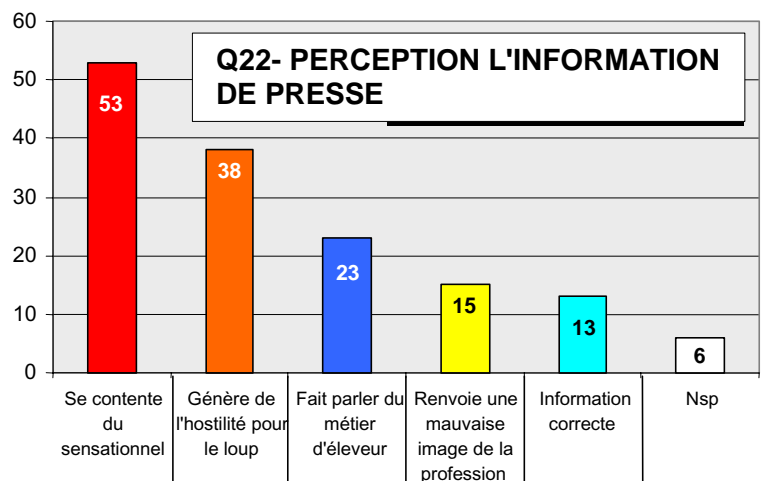
⇒ ATTENTES INFORMATION (fig.8)



Q24- Souhait d'information sur le loup	Enquête 2003	Alpes Maritimes	Savoie
Systématique	6	7	5
Régulier	24	26	21
Peu	23	19	26
Pas du tout	47	47	46
Nsp	5	5	2

⇒ LA MEDIATISATION (fig.9)

Q22- Avis sur la presse	Enquête 2003
Se contente du sensationnel	53
Génère de l'hostilité pour le loup	38
Fait parler du métier d'éleveur	23
Renvoie une mauvaise image de la profession	15
Information correcte	13
Nsp	6



EXEMPLES DE CARACTERISTIQUES INDIVIDUELLES INFLUANT LES OPINIONS (fig.10)

Le tableau joint ci-dessous liste quelques variables d'opinion extraites de l'enquête et détaille les réponses selon les caractéristiques des répondants (colonnes).

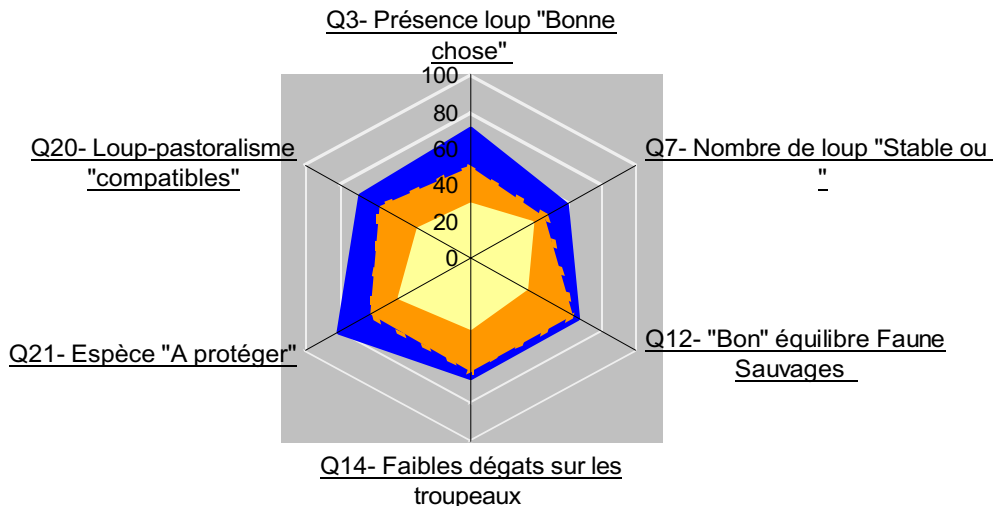
Il met ainsi en évidence les écarts à la moyenne selon le profils des personnes interrogées.

Les graphiques joints après rendent comptent de la constance de ces écarts selon les caractéristiques individuelles des répondants. Ces deux graphiques prennent pour exemple leur signalétique d'âge et de catégorie socio-professionnelle.

	AGE			PCS			ANCIENNETE			
	âge - 35 ans	35 à 65 ans	+ de 65 ans	Sup.	Inf.	Inact.	- de 5ans	5 à 19ans	20 à 39ans	40ans et +
	104	187	111	89	115	191	68	116	113	101
Q2- Sentiments pour le loup "Aime"	79,8	56,7	36,9	73	65,2	45,6	72,1	66,4	55,8	36,6
Q7- Evolution estimée du nombre de loup "Stabilité"	57,7	44,4	36,9	52,8	47,9	40,9	58,8	50,9	38,1	39,7
Q12- Equilibre sur faune sauvages"Bon"	65,4	62	33,3	78,7	59,1	41,9	75	67,2	42,5	41,6
Q14- Avis sur les dégats causés sur les troupeaux	65,4	62	37,8	76,4	60	45	69,1	60,3	51,3	48,5

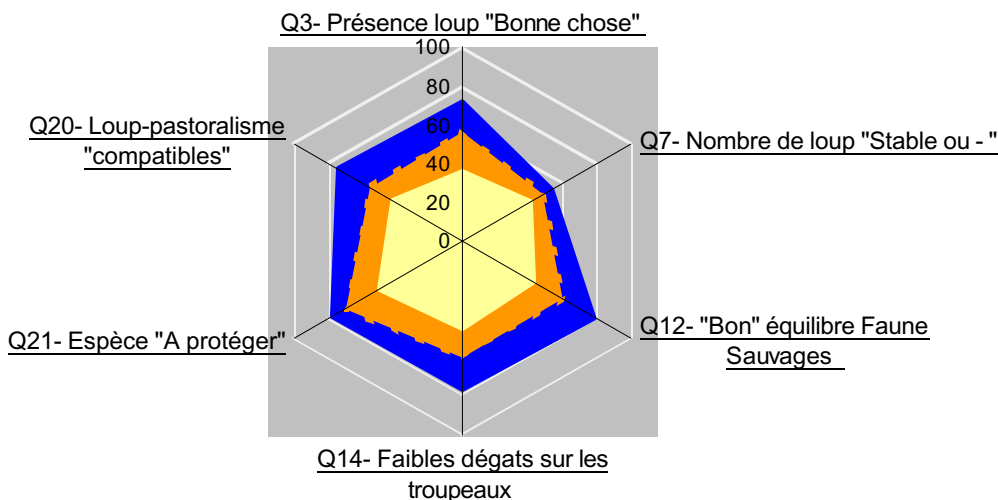
LES OPINIONS SELON L'AGE :

■ âge - 35 ans ■ âge 35-65 ans ■ âge + de 65 ans



LES OPINIONS SELON LA PCS

■ Prof. Sup. ■ Prof. Inf. ■ Prof. Inact.



⇒ L'appréciation du grand public sur la question du loup apparaît davantage corrélée à un profil « sociodémographique » qu'à son niveau d'information sur la problématique. En effet, l'enquête quantitative révèle des positions fortement tranchées selon l'âge, la catégorie socioprofessionnelle et l'ancienneté de résidence des personnes interrogées (cf. fig. 10 page de gauche) :

- les plus jeunes, les catégories supérieures, les résidents les plus récents se prononcent très favorablement « pour le loup »,
- à l'inverse des plus âgés, inactifs, implantés de longue date sur les communes qui rejettent en bloc toute proposition à l'avantage du loup.

⇒ L'analyse typologique du public enquêté dont nous livrons en annexe 2 les résultats détaillés révèlent quelques disparités importantes dont nous mentionnons ici les principales :

- Au sein du grand public on recense une majorité de favorable au loup, parmi lesquels on compte une part de « très enthousiastes » (36%) qui considèrent le retour du loup « naturel » et perçoivent l'espèce désormais stable sur l'arc alpin français. Ce groupe dont la sensibilité écologique est évidente se déclare ouvert à davantage d'informations sur la gestion de l'espèce.
- A l'inverse, on observe une minorité de « très hostiles » (26%), se signalant comme fortement impliqués mais sans aucune attente d'information sur la problématique (« ils parlent forts et leurs opinions sont ancrées une fois pour toute »). Ce groupe pour lequel l'espèce continue de croître sur le territoire rejette en bloc toute proposition qui pourrait être favorable au loup.
- Entre ces deux groupes « extrêmes », on observe un public aux avis plus mitigés, mais dont une partie plutôt bien disposée à l'égard de l'espèce considère loup et pastoralisme « conciliables » si la population de loup peut être notamment « régulée » par la berger (pour se défendre) et partiellement par la chasse vis à vis de laquelle ils ne sont complètement fermés. C'est très certainement auprès de ces individus que l'acceptation de l'espèce peut encore progresser car leur attente d'information et leur niveau d'implication restent relativement faible.

Le profil socio-démographique de ces différents types est fortement contrasté, avec d'une part un public jeune, bénéficiant de situations privilégiées (PCS ++) et installés récemment sur leur commune, à l'inverse des « réfractaires » plus âgés, anciens résidents et inactifs.

L'annexe 2 présente les résultats détaillés de l'enquête quantitative.

3.3 - ANALYSE DE LA COUVERTURE PRESSE :

Statistiquement, plus de la moitié des 350 articles étudiés concerne « une attaque de loup », traitée sur le registre du fait divers.

Nous constatons des évolutions indéniables, mais lentes, de la couverture presse :

- tout en restant les plus nombreux, les articles relatifs aux attaques de troupeaux, aux battues de loups, diminuent en proportions importantes,
- désormais, un article traitant d'une attaque est traité sur un registre moins dramatique (le drame n'est plus une attaque de 20 brebis mais de 200). De plus, cet article est de manière croissante prétexte à des 'élargissements et des approfondissements sur la problématique,
- dans les sujets traités, l'association loup et pastoralisme est de plus en plus prégnante (les deux problématiques sont abordées).

Globalement, l'analyse révèle des articles généralistes de moins en moins superficiels et événementiels.

La couverture presse s'élargit et s'enrichit progressivement.

Cette évolution constitue clairement le résultat d'un travail de fond mené auprès de la presse grâce au volet communication du programme LIFE.

L'annexe 3 présente une analyse plus détaillée de la couverture presse ainsi que les articles des quotidiens nationaux concernés.

3.4 SYNTHÈSE DES CONSTATS :

Enfin, le plan de communication LIFE établi en 2001 paraît, sur le fond, assez bien adapté aux besoins (cf. analyse des outils de communication LIFE et analyse de la couverture presse).

Cependant la cible prioritaire, constituée des professionnels du pastoralisme, ne perçoit pas les évolutions apportées à cette communication en 2001.

Ne distinguant pas la communication LIFE de la communication globale sur le sujet, les professionnels se sentent plutôt victimes de la communication déployée autour de la problématique du loup.

Dans les pages suivantes, nous fournissons des éléments d'analyse de cette situation, d'apparence paradoxale.

4.1 - LA COMMUNICATION LIFE SUBIT DE FORTES INTERFERENCES

De toute évidence, la communication sociétale, générique sur le sujet, est plutôt pro-loup que centrée sur les difficultés réelles que le prédateur pose au pastoralisme. Cette communication est, quantitativement, bien plus importante que celle de LIFE.

Par ailleurs, la méthode utilisée pour enquêter auprès des professionnels, privilégiant l'analyse des impacts de la communication (enquête qualitative), ne permet pas de distinguer explicitement, les impacts de chaque outil.

De plus, les outils de communication LIFE ne paraissent pas bénéficier d'une identité forte auprès des personnes enquêtées, contrairement aux moyens de protection / prévention / indemnisations.

Lors de nos entretiens (quasiment) aucune action communication de LIFE ne fut citée spontanément. Par contre, les professionnels répondaient souvent aux questions sur les outils de communication, en parlant des moyens de protection/prévention/indemnisations.

Des interférences fortes existent entre les trois volets de LIFE.

Ainsi, du volet scientifique du programme qui a agit sur la perception du prédateur par les professionnels.

Enfin, à la fois cibles et sujets, sur un thème où les sensibilités sont encore à fleur de peau, les professionnels présentent naturellement des réticences à s'exprimer explicitement sur la communication qui s'adresse à eux en leur parlant d'eux. Ainsi un leader d'opinion nous déclarait-il : « la communication c'est pas mon problème ».

Dès lors il apparaît très difficile de recueillir des perceptions directes sur la communication LIFE.

Même lorsque les outils LIFE étaient identifiés par les interviewés, le plus souvent avec l'aide des interviewers, nous avons constaté que les évolutions de la communication de LIFE depuis 2001, quoique bien réelles, n'étaient pas perçues par les professionnels.

L'origine de ce constat relève d'une sorte de « péché originel » aux racines confuses qui trouvent probablement leurs origines, tout à la fois :

- dans le flou qui règne sur les conditions de ré-apparition du loup en France (comment ? qui ? ...),
- dans les premiers numéros de l'Infoloups, antérieurs à 2001. Ainsi, un leader d'opinion nous déclarait il : « j'ai lu les premiers numéros, depuis, quand je le reçois, je le jette ». Faute d'avoir été accompagnée d'une identification visuelle en rupture, l'évolution de la ligne éditoriale de l'Infoloups n'a pu être totalement valorisée, dans l'étendue de la communication qui est faite sur le sujet par les associations de protection (du loup mais aussi des éleveurs), les médias, les différents échelons professionnels (fédérations, syndicats, chambres d'agriculture) et administratifs (Préfectures, DDAF, DIREN, Ministères...), etc.

Outre ces difficultés liées à l'essence même de la communication, le contexte du pastoralisme, qui vit une véritable mutation, génère du bruit de fond autour de la communication "officielle".

Ainsi, de l'accroissement du tourisme dans les zones à loups qui complique encore la tâche des éleveurs. Faisant référence à la problématique patous/tourisme, un d'entre eux nous déclarait: « Maintenant il va falloir que je choisisse entre accepter (les attaques du) loup ou les gens (les touristes) »,

Ainsi également des difficultés de la profession liées aux labels, à l'évolution de la qualité du produit et celle de réglementation, à l'ouverture européenne...

Dès lors, le loup apparaît à une profession déjà menacée, comme un nouveau coup dur, une « goutte d'eau qui peut/va faire déborder le vase ».

Mais, de l'aveu même d'un éleveur, le loup constitue également une occasion de faire parler de la profession : « le loup est le bouc émissaire d'une profession à l'agonie ».

4.2 - LA COMMUNICATION DE LIFE VISE DES THEMES A FORTE SENSIBILITE, A DOMINANTE SYMBOLIQUE ET IMAGINAIRE :

Les dégâts causés par le loup sur les troupeaux atteignent les couches affectives et psychologiques profondes de la plupart des éleveurs. Ces couches ne peuvent être atteintes par des outils de communication classique. Cela explique que le contact direct soit particulièrement apprécié par les professionnels.

De plus, les représentations liées au loup sont en lien avec des thèmes à forte dominante symbolique, imaginaire: le loup versus l'agriculture...

Or le symbolique, les images mettent du temps à se construire/détruire.

Quels effets peut-on déceler après deux années de communication ? ... Quels effets peut-on déceler d'une communication, celle de LIFE, qui ne représente qu'une goutte d'eau par rapport à la communication globale sur le sujet ?

4.3 - L'ACCEPTATION A-T-ELLE PROGRESSE ?

Au bilan, la communication LIFE a pu effectivement favoriser une certaine forme d'acceptation du loup par les professionnels en mettant notamment en exergue :

- les moyens de prévention et de protection,
- les financements mobilisables,
- une meilleure connaissance de l'espèce,
- une vision globale de la présence du prédateur sur l'Arc Alpin,

mais aussi en amorçant un début de dialogue vrai.

Cependant, chez les professionnels, les effets de cette communication ont été limités par les évolutions sociologiques, la communication globale et le bruit de fond liés au sujet.

Au final, le potentiel d'acceptation (l'acceptabilité) des professionnels du pastoralisme ne paraît pas avoir progressé. Par contre, si, en apparence l'acceptation paraît avoir augmenté, il s'agit plus de résignation que de conviction.

En fait les professionnels se résignent pour l'instant à travailler dans cette situation, ils n'acceptent pas le loup.

Ils acceptent une situation où :

- le nombre de loups reste stable (ce qui implique probablement une gestion par les pouvoirs publics),
- la mise en place et l'exploitation des mesures de prévention et de protection sont aidées,
- les dommages aux troupeaux sont indemnisés.

Nous l'avons vu, cette acceptation croît chez les professionnels avec leur antériorité du vécu du loup. L'opposition est au contraire renforcée chez les éleveurs qui n'ont pas été confrontés à la prédation, au fur à mesure que le loup approche de leur zone d'activité, ou encore selon l'antériorité de cette confrontation (plus elle est récente, plus l'opposition est forte).

Globalement, habités par un confus mélange de pragmatisme et de résignation, les professionnels ont intégré que « **le métier devra désormais s'exercer avec le loup** », certains n'hésitant pas à souligner une mutation (de plus) quasi-paradoxe qui traverse leur profession : la présence du loup conduit à parquer des troupeaux historiquement tournés vers le mouvement (cf. la transhumance).

Auprès du grand public, l'acceptabilité et l'acceptation de la présence du loup croissent clairement. En même temps, cet engouement est nuancé lorsqu'on évoque les impacts de la présence du prédateur sur le pastoralisme.

5 - QUELLE COMMUNICATION DEPLOYER DEMAIN ?

Pour dresser nos préconisations en matière de communication nous intégrons :

- les suggestions des interviewés eux-mêmes,
- l'analyse de leurs perceptions telles qu'exposées dans les chapitres précédents,
- notre analyse de la stratégie de communication déployée au travers du programme LIFE et des actions menées
- notre propre expérience sur les stratégies de communication d'accompagnement des projets sensibles.

5.1 - LES SUGGESTIONS DES INTERVIEWES :

⇒ Les suggestions des professionnels interviewés sont nombreuses. Selon nous, elles témoignent **d'un potentiel de coopération non négligeable, qu'il conviendra de mettre à l'épreuve des faits.**

Bien entendu, parmi les suggestions des professionnels interviewés, figure en première place l'idée consistant à « supprimer et/ou parquer les loups ».

Il ne s'agit pas ici de retenir la proposition telle quelle, mais elle témoigne bien de la précarité de l'équilibre actuel.

Au chapitre des suggestions en matière de communication, le mot le plus souvent prononcé est **le mot "transparence"**.

Sur ce point, les professionnels interviewés demandent :

- « des chiffres exacts » (ex. nombre de loups), « chez moi », par région, ...
- de la transparence sur les modalités d'attribution des subventions, dont la rumeur dit qu'elles le sont « à la tête du client »,
- de la transparence sur les constats de dommages, sur les résultats des analyses ADN ...,

Certains d'entre eux demandent également d'avoir la possibilité de signer la fiche de constats de dommages ... ce qui semble déjà leur être proposé (!).

Ils réclament aussi **une circulation de l'information plus rapide.**

Ils recommandent de revoir ce qu'il perçoivent comme une stratégie de communication, en disant: « **arrêter de montrer éleveur = le méchant** ».

Par ailleurs, les professionnels soulignent la difficulté de se réunir dans un contexte montagneux.

⇒ Quant aux institutionnels ils demandent surtout des formations à la communication de crise (hors des bureaux),

⇒ Tant chez les institutionnels que chez les professionnels deux demandes sont récurrentes :

- "former"/informer les élus locaux sur le sujet, pour leur donner une vision globale de la situation,
- formation/information des (aides)bergers.

⇒ Enfin, les interviewés énoncent quelques actions de progrès dont la plupart nous semblent mériter une communication du porteur de la problématique du loup (LIFE ? UE ? MEED ?) :

- obtenir des remboursements plus rapides,
- obtenir un droit de défense,
- faire prendre en charge des frais d'avocats et d'assurance par LIFE, (extension de la couverture des coûts induits),
- proroger les aides LIFE,
- développer plus de décentralisation (moins d'Europe).

5.2 - NOS PRECONISATIONS :

En préalable à l'énoncé de nos préconisations en matière de communication, nous remarquons que :

- la seule communication qui génère des effets rapides, est la communication interactive,
- la communication LIFE n'est pas la seule à agir sur la cible prioritaire: ce n'est pas une raison pour l'arrêter.

Nous préconisons une stratégie de communication de type confidentiel, ciblant uniquement les professionnels du pastoralisme, privilégiant la relation personnelle en face à face aux réunions de groupe, et se développant hors des feux de la rampe, notamment médiatique.

Nous déclinons ci-après cette stratégie par des pistes d'actions.

⇒ Les actions de communication présentées dans le plan d'information et de communication de 2001 paraissent globalement adaptées aux besoins. Cependant elles ne sont pas connues.

Aussi préconisons nous en premier lieu **un essaimage, une amplification** et une "vente" de ces actions et surtout des postures qui ont marqué l'élaboration et le portage de ce plan par la mission communication de LIFE.

Il s'agit là de :

- **privilégier le dialogue local, de proximité** ... au détriment d'un discours marqué du sceau de l'Europe voire de celui de LIFE. Ce dialogue peut avantageusement être porté par **un réseau territorial (le réseau loup ?) à conforter voire à développer qualitativement** (formation, outils ...),
- **centrer les thèmes de communication sur l'autre ... et « plutôt sur l'homme que sur l'animal »,**
- **préférer la communication factuelle**, de terrain que des développements théoriques, scientifiques ...

⇒ **Discuter pour écouter et convaincre au détriment d'une communication descendante.**

Cela peut nécessiter de créer et/ou de réactiver des organes de discussion ad'hoc (que sont devenus les Comités Départementaux de Concertation ?).

Il s'agit en fait de passer d'une démarche d'information (descendante) à une démarche de concertation, visant à construire ensemble en amont de toute initiative.

Cela passe probablement par une remise en cause culturelle au niveau de l'Etat, préférant souvent commencer par proposer : (« je ne peux arriver en réunion les mains vides »).

⇒ **Vis à vis des médias nous conseillons de poursuivre la recherche de l'approfondissement au détriment de l'évènementiel, ceci sans activisme.**

Ainsi, le porteur de la communication LIFE saisira toute sollicitation journalistique pour diffuser de l'information de fond. Sauf exception nous conseillons de ne pas prendre pas d'initiative en la matière.

⇒ Pour amplifier le souci d'ouverture inscrit dans le plan de communication 2001, et pour répondre aux contradicteurs qui ne voient encore qu'une communication pro-loup, nous suggérons **d'ouvrir certaines rubriques à « la contestation », à l'instar de la « Contradiction » ou « Tribune libre »** qui existe dans l'InfoLoups depuis le n°8.

⇒ Pour contribuer à améliorer la perception de transparence nous préconisons de **diffuser des évaluations reconnues.**

Pour favoriser cette reconnaissance **nous proposons d'agir en amont, dans l'élaboration des évaluations elles-mêmes.**

Exemple: créer un « Comité des évaluations » ouvert aux professionnels.
Cela passe par la perte du monopole de la parole scientifique.

⇒ Enfin, pour que tous ces efforts ne soient pas vains, il paraît primordial de **valoriser le changement de stratégie de communication déjà largement amorcé en 2001.**

Pour cela nous conseillons de **donner des signes de rupture francs et tangibles.**

Exemples :

- quelles suites à cette évaluation ? Témoigner un accusé de réception et construire le prochain plan de communication (supports/contenus/modalités ...) avec les professionnels,
- ouvrir le comité de rédaction de l'Infoloups aux professionnels ?
- mettre en œuvre un plan de contacts directs en face à face sur l'ensemble de l'Arc Alpin : écouter, déminer, montrer ... A première vue, moins de 100 contacts sur l'ensemble de l'Arc Alpin, répartis sur une année, devraient suffire à toucher, plus ou moins directement, une très grande majorité des professionnels concernés.
- En parallèle, et de manière assez classique, **tous les supports de communication mis en place (Infoloups, films diffusés sur K7 ...) doivent être testés afin de s'assurer de leur efficacité:** pré-tests: avant lancement,

et/ou

- post-tests: ponctuels ? réguliers ? au fil de l'eau ? ...

⇒ A ce stade nous ne pouvons aller plus loin dans nos préconisations sans un approfondissement des questions suivantes :

- quelles sont les suites politiques du rapport parlementaire ?
- quelles ressources veut-on/peut-on consacrer à la communication ?
- **le loup constitue-t-il une problématique environnementale ou agricole ? En effet, la réponse à cette question impacte le portage, l'angle et probablement le fond de la communication à déployer.**

Quelles que soient les réponses à ces questions, la communication à déployer doit d'abord faire l'objet d'une vision commune au sein de l'entité qui porte le sujet (MEED ? Groupe de suivi ? ...).

La recherche de cette vision commune passera par deux questions clés :

- la question de la finalité de l'action : pourquoi le loup ? que veut-on faire (protéger ? favoriser ? multiplier ? ...) et pourquoi ?
- qu'est-ce qu'une communication réussie sur le sujet ?

Quand la réponse au « pourquoi » sera explicitée, les modalités de la communication se construiront beaucoup plus facilement.



Mutations et Management

**MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT
DIREN PACA**

Evaluation de la campagne de communication du programme LIFE
Enquête qualitative

Annexe 1 – Liste des acteurs interviewés

ENQUETE QUALITATIVE

LIFE LOUP 2001-2003 EVALUATION DE LA COMMUNICATION

40 Entretiens

Par souci de confidentialité, les noms ont été masqués

PROFESSIONNELS

2 bergers

17 éleveurs

<u>Alpes Maritimes</u>	Eleveur
	Eleveur
	Eleveur
	Eleveur*
<u>Alpes de Haute Provence</u>	Eleveur*
	Eleveur*
	Berger
<u>Hautes Alpes</u>	Berger
	Eleveur*
	Eleveur
	Eleveur
<u>Drôme</u>	Eleveur
	Eleveur*
<u>Isère</u>	Eleveur retraité
	Eleveur
	Eleveur
	Eleveur
<u>Savoie</u>	Eleveur
	Eleveur

Eleveur* : ce sont des éleveurs qui ont été et qui sont parfois encore des bergers salariés.

INSTITUTIONNELS

2 Parcs Naturels Régionaux

3 D.D.A.F

3 O.N.C.F.S

INSTITUTIONNELS

<u>Parcs Naturels régionaux</u>	QUEYRAS
	VERCORS
<u>D.D.A.F</u>	Alpes Maritimes
	Isère
	Savoie
<u>O.N.C.F.S</u>	Alpes de Haute Provence
	Hautes Alpes
	Drôme

LEADERS D'OPINION

13

LEADERS D'OPINION

<u>Fédération Départementale Ovine</u>	Alpes maritimes
	Hautes Alpes
	Drôme
	Isère
	Savoie
<u>Fédération Régionale Ovine</u>	Sud est
	Rhône Alpes
<u>Centre d'études et de Réalisations Pastorales Alpes Méditerranée</u>	Alpes de Haute Provence
	Alpes de Haute Provence
<u>Association Départementale d'Economie Montagnarde</u>	Drôme
<u>Fédération des Alpages d'Isère</u>	Isère
<u>Société d'Economie Alpestre</u>	Savoie
<u>Lycée Agricole Carmejane</u>	Alpes de Haute Provence



Mutations et Management

**MINISTERE DE L'ENVIRONNEMENT
DIREN PACA**

Evaluation de la campagne de communication du programme LIFE
Enquête Grand Public

Annexe 2 – Résultats détaillés de l'enquête quantitative
A - Rapport d'analyse statistique

SOMMAIRE

RAPPEL : CONTEXTE/OBJECTIFS DE L'ENQUETE.....	3
CARACTERISTIQUES TECHNIQUES DE L'ENQUETE.....	5
ANALYSE STATISTIQUE DETAILLEE DES REPONSES A L'ENQUETE	9
PREDISPOSITIONS ET AFFECT DU GRAND PUBLIC A L'EGARD DU LOUP.....	10
ELEMENTS DE CONNAISSANCE ET RUMEURS	11
IMPACT PERÇU DU LOUP : EN MILIEU SAUVAGE	12
IMPACT PERÇU DU LOUP : SUR L'ÉLEVAGE.....	13
AVIS SUR LA DEMOGRAPHIE ET LA REGULATION DE L'ESPÈCE	14
OPINIONS SUR LE PASTORALISME.....	15
AVIS SUR LA MEDIATISATION DU LOUP ET ATTENTES D'INFORMATIONS	16
TYPLOGIE DU GRAND PUBLIC	27

RAPPEL : CONTEXTE/OBJECTIFS DE L'ENQUETE

⇒ CADRE D E L'INTERVENTION

- Le plan de communication LIFE-LOUP est mis en place depuis Juillet 2001. Il a été défini à partir de la mission menée en 2000 par A. Bath dont les résultats reposent pour partie sur un sondage réalisé auprès d'un échantillon représentatif de 800 personnes.
- **L'enquête quantitative légère** que nous avons conduite durant l'été 2003 s'inscrit dans le prolongement du précédent sondage. Le renouvellement de cette interrogation avec une logique d'approche similaire à 2000 vise à mieux appréhender **les évolutions du public** quant à son **niveau de connaissance** et ses **attitudes** vis à vis du loup.

⇒ MODALITES IMPOSEES

- Le questionnaire établi pour **l'enquête 2003 reprend la trame du précédent guide d'entretien** mais en "**version allégée**". En accord avec notre commanditaire, nous avons choisi de retenir une vingtaine de questions, sur les soixante de la première vague, apparues comme toujours pertinentes au vue de la problématique posée : « *Enquête finale du programme LIFE intégrant l'évaluation des actions de communication* ».
- Cette phase quantitative fait **suite à une collecte d'informations qualitatives auprès des professionnels** du secteur. Cette première approche exploratoire a permis d'enrichir et de mieux orienter notre questionnement auprès du grand public.

Aux questions de l'enquête « initiale » ont donc été **ajoutées quelques interrogations** apparues indispensables après cette phase amont, notamment sur le **pastoralisme** et la **médiatisation** du loup.

- Le panel de répondants est représentatif de la population des territoires explorés : **Savoie** et **Alpes Maritimes** (à l'exclusion des plus grandes communes urbaines).
- Pour répondre aux impératifs de « légèreté » de l'enquête, le recueil des données a été effectué par téléphone.

⇒ LIMITES DE L'ENQUETE ET INTERPRETATION DE SES RESULTATS

- Tel que le mentionne notre proposition méthodologique, nous avons pris la précaution de réaliser cette enquête sur **les deux mêmes départements sondés par A. Bath en 2000**, et avec un canevas d'interviews qui reprend -autant que faire se peut- le format des questions posées il y a 3 ans.
- Nous souhaitons toutefois rappeler ici, que les délais et contraintes budgétaires ont imposé des **modalités de recueil de données différentes** pour cette nouvelle vague de collecte :
 - des entretiens téléphoniques à la place d'interviews en face à face,
 - une taille d'échantillon de 400 répondants au lieu de 800,
 - vingt questions fermées au lieu de soixante,
 - (...)

Les modalités de collecte n'étant pas sans influence sur les réponses fournies par les participants, il est indispensable d'avoir à l'esprit les spécificités de chaque enquête pour l'interprétation des résultats. Les écarts constatés entre les deux vagues doivent donc être appréhendés avec prudence.

Pour mémoire nous mentionnons ci-dessous le tableau des **intervalles de confiance selon les tailles d'échantillon**.

Taille échantillon	Intervalle de confiance	Exemple pour une mesure à 50 % ¹
200	7 %	43% - 57 %
400	5 %	45% - 55 %
600	4 %	46% - 54 %
800	3.5 %	46.5% - 53.5 %
1 000	3 %	47% - 53 %

¹ Valeur pour laquelle l'intervalle est maximum.

- En 2000, avec une taille d'échantillon de 800 répondants, la marge d'erreur au seuil de confiance de 95% était de +/- 3,5 % dans les cas les plus défavorables (c'est à dire lorsque les réponses sont proches de 50%). Avec une taille d'échantillon cette année divisée par deux (400 répondants en 2003), nous n'avons perdu que 1,5 points avec un intervalle de confiance à +/- 5 %.
- Cette marge d'erreur probable, ne doit pas nous interdire de considérer avec attention des évolutions importantes entre les deux vagues d'enquête, même si les écarts constatés sont inférieurs à +/- 5 points. Et cela est encore plus vrai si ces -faibles- écarts corroborent les résultats issus de l'approche qualitative.
- Nous signalerons aussi que les niveaux de réponses enregistrés entre les deux vagues d'enquête, ne laissent bien souvent aucun doute quant à la tendance qui se dessine dans le grand public concernant son adhésion à la problématique, sa connaissance de l'espèce.

CARACTERISTIQUES TECHNIQUES DE L'ENQUETE

- Enquête administrée du **21 au 25 Juillet 2003 par téléphone**.
- Au total, **402 personnes** âgées de plus de 15 ans ont été interrogées. Les ménages sollicités pour l'enquête ont été répartis pour moitié dans les départements de Savoie et des Alpes Maritimes.
- **Les communes enquêtées correspondent à celles retenues en 2000**, à l'exclusion des communes urbaines très importantes (cf Insee densité > 100). Le volume d'enquête par canton est conforme au poids de leur population. Ecarter les communes urbaines de forte densité, a permis une meilleure représentativité des cantons ruraux, davantage en prise sur la problématique posée. Cette répartition des points de chutes d'enquête avait été préalablement soumise au commanditaire pour validation.
- Le fichier de base des ménages pouvant participer à l'enquête, a été sélectionné à partir d'un tri aléatoire dans les bases de France Télécom (pages blanches).
- Des **quotas de sexe, d'âge, d'activité, et d'implantation de résidence** ont été imposés afin de disposer d'un **échantillon représentatif** de la population des différents secteurs couverts par l'enquête. (cf Dernier Recensement INSEE 1999)
- La durée moyenne d'interview a été de **12 minutes environ** pour pouvoir traiter la trentaine de questions retenues (opinions + signalétique).
- Les personnes sollicitées pour répondre se sont volontiers prêtées au jeu de l'interview, **le taux de refus est très faible**.
- Bien que l'enquête se soit déroulée durant les congés d'été, la part des résidents secondaires parmi les répondants reste faible.
- Les tableaux pages suivantes donnent le détail de la structure d'échantillon.

STRUCTURE DE L'ECHANTILLON PROFILS SOCIO-DEMO DES PERSONNES INTERROGÉES

⇒ caractéristiques démographiques (quotas)

	TOTAL	DPT 06	DPT 73
<i>Nombre</i>	402	201	201
SEXE			
Hommes	46,3	45,3	47,3
Femmes	53,7	54,7	52,7
CATEGORIE AGE			
15-24 ans	9,7	9,5	10,1
25-34 ans	16,2	14,4	17,9
35-49 ans	25,6	22,4	28,9
50-64 ans	20,9	20,9	20,9
65 ans et +	27,6	32,8	22,4

⇒ CARACTERISTIQUES SOCIALES (QUOTAS)

	TOTAL	DPT 06	DPT 73
<i>Nombre</i>	402	201	201
ACTIVITE ITWE			
Actif	52,5	47,3	57,7
Inactif	47,5	52,7	42,3
PCS CHEF DE FAMILLE			
Agriculteur	1,7	1,5	2,1
Artisans - Chefs	8,7	7,5	10,1
Cadre - Prof.	8,1	7,5	8,5
Professions intermédiaires	11,2	10,1	12,4
Employé	11,4	10,9	11,9
Ouvriers	19,2	14,9	23,4
Retraité	35,8	44,3	27,4
Inactifs	3,9	3,5	4,5

⇒ CARACTERISTIQUES RESIDENTIELLES

	TOTAL	DPT 06	DPT 73
<i>Nombre</i>	402	201	201
RESIDENCE			
Principale	82,3	74,6	89,9
Secondaire	17,7	25,4	10,1
ANCIENNETE LOCALISATION			
- de 5 ans	16,9	16,9	16,9
5 à 19 ans	28,9	29,4	28,4
20 à 34 ans	25,1	23,9	26,4
35 ans et +	28,1	28,9	27,4

REPARTITION DETAILLEE DES POINTS DE CHUTES DE L'ENQUETE

POINTS DE CHUTE ENQUETE 06	ECH. REEL		ECH. THEORIQUE		Indicateur	
	NB ITWS	répartition	objectf ITW	répartition	PoP > 15 ans	Densité
ALPES-MARITIMES (cantons)						
Breil-sur-Roya	18	8,9%	17	8,4%	2270	12,2
Coursegoules	11	5,5%	11	5,3%	1444	8
Guillaumes	14	7,0%	14	6,9%	1879	4,8
Puget-Théniers	13	6,5%	15	7,4%	2005	13,9
Roquebillière	15	7,5%	15	7,5%	2023	17,3
Roquesteron	21	10,4%	20	10,2%	2771	30,7
Saint-Auban	14	7,0%	14	6,8%	1835	7,2
Saint-Étienne-de-Tinée	14	7,0%	14	6,9%	1867	6,2
Saint-Martin-Vésubie	8	4,0%	8	4,0%	1071	10,6
Saint-Sauveur-sur-Tinée	13	6,5%	13	6,7%	1804	6,7
Sospel	24	11,9%	21	10,6%	2857	30,8
Lantosque	10	5,0%	10	4,9%	1322	13,4
Villars-sur-Var	10	5,0%	13	6,6%	1785	10,3
Tende	16	8,0%	16	7,8%	2116	9,1
TOTAL	201	100	200	100,0%	27049	

POINTS DE CHUTE ENQUETE 73	ECH. REEL		ECH. THEORIQUE		Indicateurs	
	NB ITWS	répartition	objectf ITW	répartition	PoP > 15 ans	Densité
SAVOIE (cantons)						
AIGUEBELLE	6	3,0%	6	3,1%	4187	28,8
AIME	10	5,0%	10	4,9%	6738	30,7
ALBENS	8	4,0%	8	3,8%	5200	93,7
BEAUFORT	5	2,5%	5	2,4%	3341	15,6
BOURG-SAINT-MAURICE	18	8,9%	17	8,5%	11648	25,6
BOZEL	9	4,5%	11	5,4%	7407	22,5
LA CHAMBRE	8	4,0%	8	3,8%	5249	22,4
CHAMOIX-SUR-GELON	5	2,5%	5	2,3%	3087	57,6
LE CHATELARD	5	2,5%	5	2,3%	3112	14,6
LES ECHELLES	5	2,5%	5	2,7%	3736	31,9
GRESY-SUR-ISERE	9	4,5%	9	4,3%	5841	69,9
LANSLEBOURG-MONT-CENIS	3	1,5%	3	1,5%	2106	4,2
MODANE	8	4,0%	8	3,9%	5366	28,4
MOUTIERS	19	9,4%	19	9,6%	13085	34,5
LA ROCHETTE	8	4,0%	8	3,9%	5340	62,3
RUFFIEUX	5	2,5%	5	2,5%	3468	53,2
SAINT-GENIX-SUR-GUIERS	6	3,0%	6	3,1%	4234	64,9
SAINT-JEAN-DE-MAURIENNE	19	9,4%	19	9,5%	12980	44
SAINT-MICHEL-DE-MAURIENNE	7	3,5%	7	3,5%	4755	17,6
SAINT-PIERRE-D'ALBIGNY	7	3,5%	7	3,4%	4638	78
UGINE	13	6,5%	13	6,6%	9074	56,8
YENNE	7	3,5%	7	3,4%	4643	43,3
ALBERTVILLE-SUD	11	5,5%	11	5,6%	7696	68,1
TOTAL	201	100,0%	200	100,0%	136931	

COMPARATIF : PLAN DE SONDAGE 2000 ET 2003

	VAGUE 1		VAGUE 2		objectif ITW V2
	Échantillon V1	Population (+ de 18 ans)	PoP > 15 ans	répartition	
ALPES-MARITIMES (cantons)					
0604 - Breil-sur-Roya	34	2758	2270	8,4%	17
0608 - Coursegoules	23	1728	1444	5,3%	11
0611 - Guillaumes	29	2181	1879	6,9%	14
0618 - Puget-Théniers	31	2386	2005	7,4%	15
0619 - Roquebillière	27	2375	2023	7,5%	15
0620 - Roquesteron	41	3253	2771	10,2%	20
0621 - Saint-Auban	24	1919	1835	6,8%	14
0622 - Saint-Étienne-de-Tinée	27	2177	1867	6,9%	14
0623 - Saint-Martin-Vésubie	16	1221	1071	4,0%	8
0624 - Saint-Sauveur-sur-Tinée	26	2106	1804	6,7%	13
0626 - Sospel	44	3416	2857	10,6%	21
0627 - Lantosque	19	1467	1322	4,9%	10
0629 - Villars-sur-Var	27	2124	1785	6,6%	13
0631 - Tende	32	2479	2116	7,8%	16
TOTAL	400	31590	27049	100,0%	200

	VAGUE 1		VAGUE 2		
	Échantillon V1	Population (+ de 18 ans)	PoP > 15 ans	% répartition V2	objectif ITW
SAVOIE (cantons)					
7301 - AIGUEBELLE	5	4966	4187	3,1%	6
7302 - AIME	10	8576	6738	4,9%	10
7304 - ALBENS	6	6512	5200	3,8%	8
7306 - BEAUFORT	5	4161	3341	2,4%	5
7307 - BOURG-SAINT-MAURICE	18	14566	11648	8,5%	17
7308 - BOZEL	11	9010	7407	5,4%	11
7311 - LA CHAMBRE	5	3973	5249	3,8%	8
7312 - CHAMOIX-SUR-GELON	7	7432	3087	2,3%	5
7313 - LE CHATELARD	2	3382	3112	2,3%	5
7314 - LES ECHELLES	7	4686	3736	2,7%	5
7315 - GRESY-SUR-ISERE	9	6746	5841	4,3%	9
7316 - LANSLEBOURG-MONT-CENIS	3	2574	2106	1,5%	3
7317 - MODANE	8	6547	5366	3,9%	8
7320 - MOUTIERS	20	15640	13085	9,6%	19
7322 - LA ROCHETTE	13	12110	5340	3,9%	8
7323 - RUFFIEUX	4	3762	3468	2,5%	5
7324 - SAINT-GENIX-SUR-GUIERS	5	5188	4234	3,1%	6
7325 - SAINT-JEAN-DE-MAURIENNE	23	15666	12980	9,5%	19
7326 - SAINT-MICHEL-DE-MAURIENNE	8	6225	4755	3,5%	7
7327 - SAINT-PIERRE-D'ALBIGNY	7	5556	4638	3,4%	7
7328 - UGINE	16	10980	9074	6,6%	13
7329 - YENNE	5	5683	4643	3,4%	7
7330 - ALBERTVILLE-SUD	14	9435	7696	5,6%	11
TOTAL	211	173376	136931	100,0%	200

ANALYSE STATISTIQUE DETAILLEE DES REPONSES A L'ENQUETE

- La présentation détaillée des traitements statistiques fait apparaître **six thématiques** que nous déroulons comme suit :
 - ✓ Prédilection et **affect** du grand public à l'égard du loup
 - ✓ Eléments de **connaissance** et rumeurs sur l'espèce
 - ✓ **Impact** perçu du loup : en milieu sauvage
en milieu domestique : sur l'élevage
 - ✓ Avis sur la **démographie** et la **régulation** de l'espèce
 - ✓ Opinions sur le **pastoralisme**
 - ✓ Appréciation de la **médiatisation** du loup et attentes d'informations

- Pour chacun de ces chapitres, nous faisons figurer sous forme de **tableaux et graphiques** le pourcentage des réponses obtenues à chaque vague d'enquête.

- Pour les commentaires de ces tableaux, nous avons privilégié :
 - ✓ la **comparaison des résultats** entre les deux enquêtes (lorsque cela est possible)
 - ✓ et lorsqu'il y a lieu, les **caractéristiques des répondants lorsque leurs niveaux de réponses sont fortement contrastés** (selon leur âge, PCS, ancienneté de résidence,...). Les croisements statistiques de ces profils aux questions de l'enquête 2003 sont joints dans un rapport d'annexes qui reprend la thématique que nous avons suivie. Ces croisements sont édités sous forme de tableaux et graphiques produits à partir de notre logiciel de traitement EOLE3+ sont des tableaux

- Un dernier chapitre consacré à une **analyse typologique des données d'enquête** clôture la présentation de ces résultats statistiques. La typologie a pour vertu d'offrir une rapide synthèse des différents traitements croisés.

PREDISPOSITIONS ET AFFECT DU GRAND PUBLIC A L'EGARD DU LOUP

⇒ EVOLUTION DES OPINIONS

Parmi le grand public, **une majorité exprime désormais des opinions favorables au loup** : la moitié des répondants déclarent aujourd'hui « *aimer* » le loup alors qu'ils n'étaient qu'un tiers en 2000. Et dans le même temps, **les plus forts rejets (« déteste le loup ») régressent** de moitié en passant de 15 à 7 %.

⇒ CARACTERISTIQUES DES REpondANTS

L'adhésion du public pour le loup (sentiments favorables, présence mieux acceptée) **est fortement corrélée au profil socio-démographique des répondants**. Les plus enclins à manifester des avis positifs se comptent parmi : les jeunes, les professions « supérieures », les ménages avec enfants, et les personnes installées depuis longtemps sur leur commune de résidence.

Nous relèverons par exemple que la présence du loup est jugée « bonne » :

- ✓ pour 72% des "*professions supérieures*", contre 36% des "*inactifs*",
- ✓ pour 70% des "*- 35 ans*", contre 29% de "*+ 65 ans*",
- ✓ pour 68% des résidents de "*- 5 ans*", contre 21% des personnes "*implantées depuis + 40 ans*"
- ✓ pour 60% des ménages de "*3 personnes ou +*", contre 39% de "*1 ou 2 personnes*"

Il est utile de signaler dès à présent que ces caractéristiques d'âge, d'ancienneté de résidence, et d'activité professionnelle agissent très significativement sur l'ensemble des réponses à l'enquête.

Dans la mesure où **ces écarts sont une constante dans l'enquête**, nous ne les mentionnerons pas systématiquement pour chaque thème exploré.

ELEMENTS DE CONNAISSANCE ET RUMEURS

⇒ EVOLUTION DES OPINIONS

L'enquête renouvelée en 2003 permet de mettre en évidence **la meilleure connaissance du loup comme « espèce protégée »** : avec une progression de 7 points, ce sont désormais plus de **8 personnes sur 10** qui connaissent le statut spécifique de cet animal.

Pour cette vague d'enquête encore, **la part du public estimant le nombre de loups « en hausse » l'emporte toujours sur ceux jugeant la population de loup stable ou en baisse**. Comparativement aux mesures effectuées en 2000, **ils sont toutefois bien moins nombreux à penser cette année que l'espèce « prolifère »** : moins de la moitié, contre les trois quarts en 2000. Cette appréciation quant à l'évolution de l'espèce semble aujourd'hui plus conforme à la réalité.

Si ces quelques éléments laissent penser que l'information est plus « juste » dans le grand public, celui-ci n'en reste pas moins « exposé » à la rumeur. **Les répondants restent toujours très partagés sur l'origine du retour du loup** : pour 46% sa réapparition est « naturelle », pour 47% il a été « réintroduit » (une baisse tout de même de 5 points en 3 ans).

Cette appréciation des **causes du retour du loup impacte l'acceptabilité de l'espèce par le public**. L'enquête révèle en effet, chez les plus « hostiles » (pour qui le loup est « une mauvaise chose »), une forte proportion à croire qu'il a été "réintroduit", à l'inverse des plus favorables qui s'accordent davantage sur un retour "naturel".

⇒ CARACTERISTIQUES DES REpondANTS

Probablement **les meilleures prédispositions du public à l'égard du loup l'amènent à déclarer que l'accroissement de sa population est plus « contenue » qu'auparavant**. On trouve toutefois une plus forte proportion d'individus à penser ce chiffre en hausse parmi les plus âgés, les anciens résidents, les inactifs,... soit des caractéristiques qui rappellent celles des personnes ayant les a priori les plus négatifs sur l'espèce.

IMPACT PERÇU DU LOUP : EN MILIEU SAUVAGE

⇒ EVOLUTION DES OPINIONS

Le public semble aujourd'hui considérer la présence du loup comme **moins néfaste pour son environnement naturel**. On estime plus aisément (+ 14 points) que ses attaques sont le fait de la « *pénurie de proies sauvages* » et que le loup contribue efficacement à l'équilibre des « *grands mammifères sauvages* » (même si sur ces points, les avis les plus extrêmes progressent aussi, « pas du tout d'accord : + 16 points).

La perception par le public d'une espèce maintenant bien intégrée à l'environnement sauvage, l'entraîne à **s'exprimer aujourd'hui plus massivement « contre la chasse »** : les « *opposants* » passent de 34% à 48%, et les personnes revendiquant un « *droit de chasse annuelle* » représentent une infime minorité (13%).

⇒ CARACTERISTIQUES DES REpondants

A l'inverse des jeunes, des « cadres », avec enfants, des personnes récemment installées qui jugent bénéfique l'apport du loup sur son territoire, les plus âgés, les inactifs, avec un long vécu sur leur commune se prononcent eux majoritairement pour une autorisation de la chasse au loup.

IMPACT PERÇU DU LOUP : SUR L'ÉLEVAGE

⇒ EVOLUTION DES OPINIONS

Si le public semble à l'évidence, depuis la première vague d'enquête, avoir modéré ses opinions quant à la prédation du loup sur la faune sauvage, **les dégradations sur l'élevage domestique** ne reculent pas pour autant et **apparaissent importantes** pour plus de 7 personnes interrogées sur 10.

Notons toutefois que l'interrogation conduite cette année laisse apparaître une catégorie de répondants (12%) pour lesquels il n'y a *«pas beaucoup de dégâts sur les troupeaux»* alors qu'ils n'étaient qu'une part négligeable (2%) à s'autoriser cet avis lors de la précédente enquête (en face à face soulignons-le).

La prédation du loup jugée encore importante sur les élevages, **le public concède davantage aujourd'hui le "droit au berger de tuer le loup surpris lors d'attaque"** : la progression des effectifs à être *«tout à fait d'accord»* est spectaculaire : ils passent à 51%, soit **le double par rapport à la vague précédente** (cette majorité rallie certaines propositions du récent rapport parlementaire). Cette large adhésion en faveur des bergers pour une mesure à l'encontre du loup est d'autant plus remarquable que l'élan de sympathie pour l'espèce croît et que les *«très hostiles»* à la chasse sont maintenant majoritaires.

⇒ CARACTERISTIQUES DES RÉPONDANTS

Le profil des répondants (âge, PCS, durée de résidence,...) en accord/désaccord sur ces questions présentent les mêmes contrastes que ceux précédemment signalés.

AVIS SUR LA DEMOGRAPHIE ET LA REGULATION DE L'ESPECE

⇒ EVOLUTION DES OPINIONS

L'hostilité envers l'espèce diminuant, il est logique de retrouver cette année **une majorité d'interviewés se déclarant « pour le maintien » du nombre de loups en France** : avec 57% (soit + 13 points depuis 2000) **les avis favorables devançant désormais les opinions défavorables (41%)**.

Ces meilleures prédispositions ne conduisent toutefois pas le public à se prononcer très positivement **pour une « augmentation »** de la population de loups. Même si nous constatons que les avis favorables progressent entre les deux enquêtes (+ 13 points), **ceux là restent minoritaires**. On rappellera ici que l'évolution de l'espèce demeure en 2003 encore perçue en hausse et que la population actuelle de loups est considérée comme provoquant toujours d'important dégâts. Ces perceptions contribuent vraisemblablement à ne pas souhaiter plus de loups en montagne, et **notamment dans son propre département où les niveaux de refus sont encore plus marqués** lorsqu'on évoque l'hypothèse d'une croissance des meutes.

Les niveaux d'accord concernant la nécessité de « **protéger l'espèce** » évoluent de manière identique aux opinions favorables « **au maintien** » de l'espèce : plus de **6 personnes interrogées sur 10 sont « assez ou tout à fait d'accord »** sur le statut particulier du loup en France, et **les opposants à sa « préservation » représentent moins d'un quart du public**.

OPINIONS SUR LE PASTORALISME

⇒ REMARQUES PRINCIPALES

Les questions spécifiques sur le pastoralisme ne figurent pas dans l'enquête A. Bath. Après nos rencontres avec les professionnels du secteur, il nous est apparu indispensable d'orienter l'interrogation sur ces aspects jugés incontournables dès lors que l'on pose la question du loup dans l'arc alpin français.

On constate d'ailleurs que **cette appréciation du rôle fondamental du pastoralisme pour l'économie de la montagne est également partagée par le grand public** quasi unanime à juger « *très* » (62%) ou « *assez* » (28%) importante l'activité des bergers dans le massif alpin.

Bien que l'enquête révèle que l'acceptation du loup sur le territoire progresse ces dernières années, **le grand public paraît conscient des difficultés que représente cet animal dans la pratique de l'élevage en montagne. Pour ¾ du public cette nouvelle contrainte est jugée *forte*** : 45% pensent que les bergers s'y adapteront « *difficilement* », 29% estiment que ce sera « *impossible* ».

En dépit des difficultés rencontrées par les éleveurs – et reconnues par le public- **la moitié des personnes interrogées (52%) estime "le pastoralisme compatible avec le loup"**.

Il est vraisemblablement difficile pour les populations interrogées dans ces cantons ruraux d'imaginer une montagne « désertée » par les bergers. Une « autre » lecture de ces résultats (cf Q19) permet de constater qu'il reste tout de même 2/3 du public à penser que l'activité d'élevage s'adaptera au loup « bon gré, mal gré ».

68% des interrogés considèrent que l'activité "*s'adaptera*", 52% jugent que le pastoralisme est "*conciliable*" avec le loup. Il apparaît donc évident **pour le grand public, que, même « résignés », les bergers continueront à exercer leur activité en montagne.** C'est là aussi un avis exprimé par les professionnels que nous avons rencontré..

⇒ CARACTERISTIQUES DES REpondants

Les personnes considérant que le pastoralisme contribue fortement à l'économie montagnarde ne présentent pas un profil « particulier ».

En revanche, le public jugeant conciliables « *loup et pastoralisme* » se distingue par sa plus jeune moyenne d'âge, son installation récente dans ces cantons, sa « meilleure » situation professionnelle (PCS++), et son statut familial (parent avec enfant(s)),...

Ces caractéristiques correspondent au profil des individus ayant manifesté les meilleures prédispositions à l'égard du loup.

AVIS SUR LA MEDIATISATION DU LOUP ET ATTENTES D'INFORMATIONS

- Si la sensibilité du public sur la problématique du loup dans les départements alpins s'améliore depuis la première enquête, on ne peut pas l'attribuer aux médias « presse » perçus comme délivrant une information médiocre vers le public :
 - ✓ seule une part marginale leur concède un rôle "*d'information correcte*" (13%),
 - ✓ alors qu'une majorité estime que c'est "*le sensationnel*" qui prime (53%),
 - ✓ et qu'ils véhiculent une image tout à la fois "*dévalorisante pour le loup*" (38%), et pour les "*professionnels*" du secteur (15%)

- La meilleure connaissance du public concernant l'espèce (démographie, statut) ne peut donc être imputée à des communications spécifiques sur le loup dans les médias de masse qui n'émettent pas, selon les répondants, des informations fiables et renvoient plutôt une image superficielle (ou déformée) du problème.

Le public déclare par ailleurs un "*niveau d'information*" relativement faible : 53% s'estiment « peu ou pas du tout » informés sur le loup, mais pour être correctement appréciée cette opinion doit être rapprochée de leur faible niveau "*d'attente en matière d'information*" : près de la moitié des répondants ne souhaitent pas être destinataires d'informations spécifiques sur le retour du loup en France.

Si l'on a pu mesurer une plus forte implication de public sur la problématique du loup, ainsi qu'une meilleure connaissance de l'espèce, on peut penser qu'elles proviennent –aussi- d'une plus forte inclination du public sur des questions relatives à l'environnement, l'écologie,...

Les défaillances de la grande presse pour informer correctement le public sont sans doute compensées par des actions de communications « hors média », plus informelles, empruntant des voies moins « académiques » que celles mises en place par les institutions ou les médias « traditionnels » (actions dans les écoles, éditions enfantines, courtes fictions ou documentaires,...)

⇒ CARACTERISTIQUES DES REpondANTS

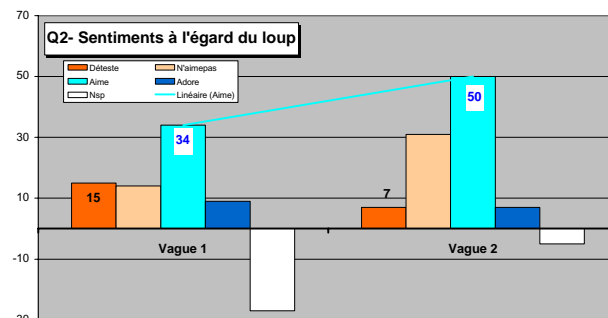
Sur ces questions relatives à la médiatisation du loup, deux profils « s'opposent » :

- ✓ Nous constatons d'une part, que les plus "**impliqués**" sur la problématique correspondent à un public âgé, plutôt inactif, bien implanté sur leur commune de résidence. Mais ceux là "**n'attendent pas d'informations supplémentaires**" sur le loup (leur opinion -moins favorable- est faite une bonne fois pour toutes).
- ✓ Nous observons d'autre part que les jeunes, les PCS supérieures, les ménages avec enfants et les habitants récents, qui ne déclarent pas être forcément plus impliqués que "la moyenne" sont en revanche **plus ouverts à la communication** et souhaitent davantage d'informations sur la gestion du loup. (mais ceux-là sont déjà convaincus du bien fondé de l'espèce dans le massif alpin français).

PREDISPOSITION ET AFFECT DU GRAND PUBLIC SUR LA PROBLEMATIQUE DU LOUP

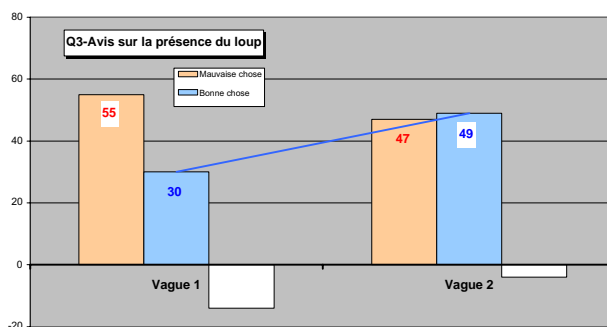
Q2 - Laquelle de ces propositions décrit le mieux vos sentiments à l'égard des loups ?

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Déteste.....	15	7
- N'aime pas.....	14	31
- Aime.....	34	50
- Adore.....	9	7
- Ne se prononce pas.....	27	5
TOTAL	100 %	100%



Q3 – Considérez- vous la présence de loups en Savoie / dans les Alpes Maritimes comme ...

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Une bonne chose.....	30	49
- Une mauvaise chose.....	55	47
- Ne sait pas dire.....	14	4
TOTAL	100 %	100%

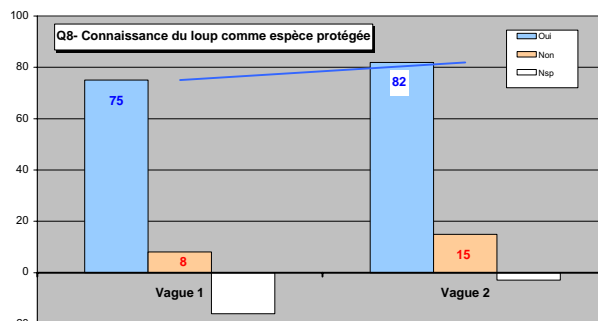


ELEMENTS DE CONNAISSANCE ET RUMEURS SUR L'ESPECE

Vérités sur le loup

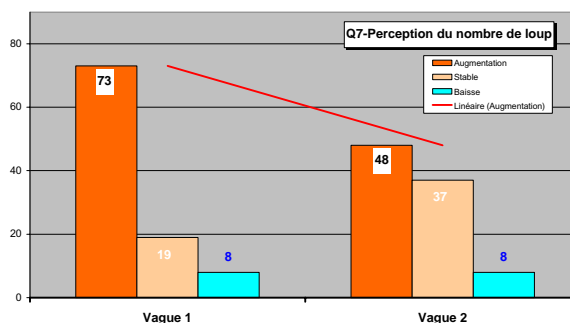
Q8- Les loups sont-ils selon vous une *espèce* protégée en France ?

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Oui.....	75	82
- Non.....	8	15
- Ne sait pas dire.....	16	3
TOTAL	100 %	100%



Q7- Ce nombre de loups (en Savoie / dans les Alpes Maritimes) est-il selon vous ...

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- En augmentation.....	73	48
- Stable.....	19	37
- En baisse.....	8	8
TOTAL	100 %	100%



Q6 Actuellement, en Savoie / dans les Alpes Maritimes, combien pensez-vous qu'il y ait de loups ?

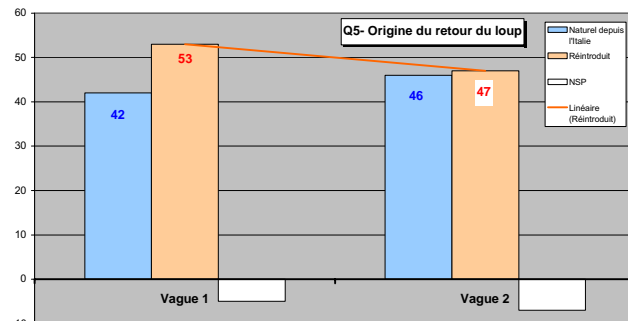
<i>Attention : % cumulés Sur les répondants</i>	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Aucun.....	5	1
- de 1 à 5.....	12	7
- de 6 à 10.....	25	24
- de 11 à 15.....	32	34
- de 16 à 20.....	43	48
- de 21 à 25.....	48	58
- de 26 à 30.....	64	66
- de 31 à 40.....	71	72
- de 41 à 50.....	81	82
- de 51 à 100.....	92	93
- de 101 à 200.....	96	98
- + de 200.....	100	100
TOTAL	100 %	100%

ELEMENTS DE CONNAISSANCE ET RUMEURS SUR L'ESPECE (SUITE)

Rumeurs sur le loup

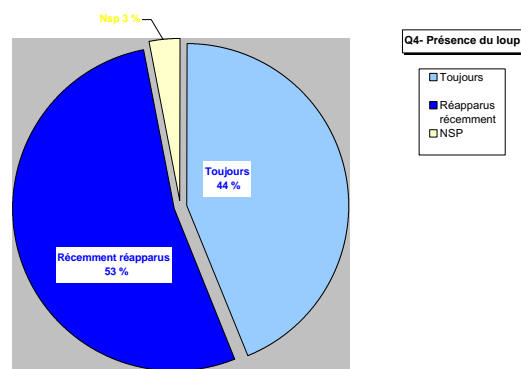
Q5- Pour vous ces loups que nous trouvons aujourd'hui ...

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- <u>Sont revenus naturellement à partir de l'Italie</u>	42	46
- <u>Ont été réintroduits</u>	53	47
- <u>Ne sait pas dire</u>	5	7
TOTAL	100 %	100%



Q4- Pensez-vous que dans le massif Alpin français ...

	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	400
- Il y a toujours eu des loups	44
- Ils ne sont réapparus que ces dernières années	53
- Ne sait pas dire	3
TOTAL	100%

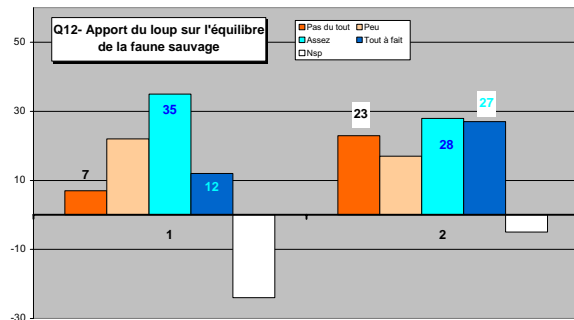


IMPACT PERCU DU LOUP :
EN MILIEU SAUVAGE / EN MILIEU DOMESTIQUE :
SUR L'ELEVAGE

• **En milieu sauvage**

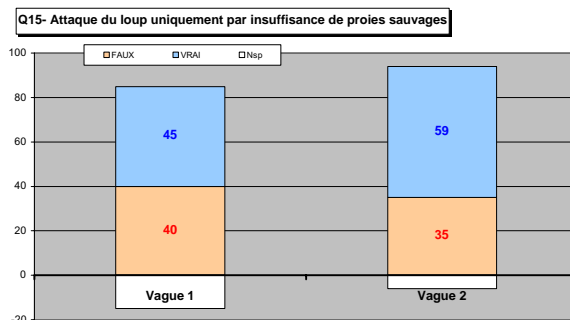
Q12— Les loups aident à garder en équilibre les populations de grands mammifères sauvages ?

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Tout à fait d'accord	12	27
- Assez d'accord.....	35	28
- Peu d'accord.....	22	17
- Pas du tout d'accord	7	23
- Ne sait pas dire	24	5
TOTAL	100 %	100%



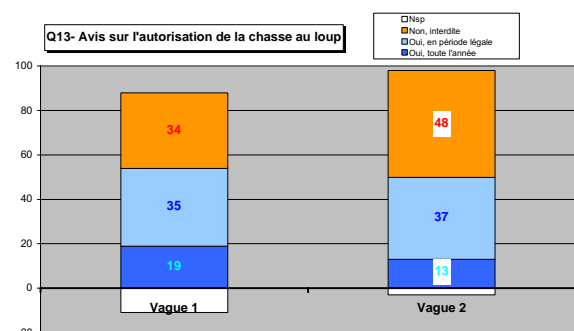
Q15- Si je vous dis « les loups s'attaquent aux moutons uniquement lorsqu'il n'y a pas suffisamment de proies sauvages », est-ce :

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Vrai	45	59
- Faux	40	35
- Ne sait pas dire	15	6
TOTAL	100 %	100%



Q13- Considérez-vous qu'en Savoie / dans les Alpes Maritimes la chasse au loup devrait être ...

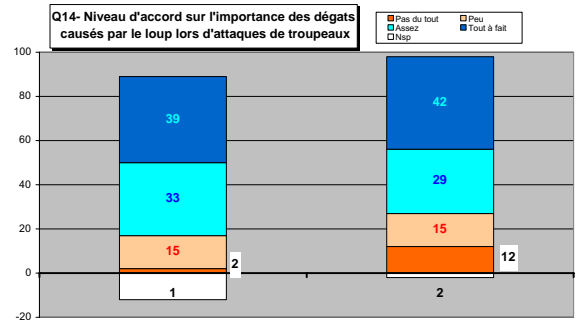
	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Autorisée toute l'année.....	19	13
- Autorisée pendant la saison légale de chasse	35	37
- Interdite	34	48
- Ne se prononce pas	11	3
TOTAL	100 %	100%



• En milieu domestique : sur l'élevage

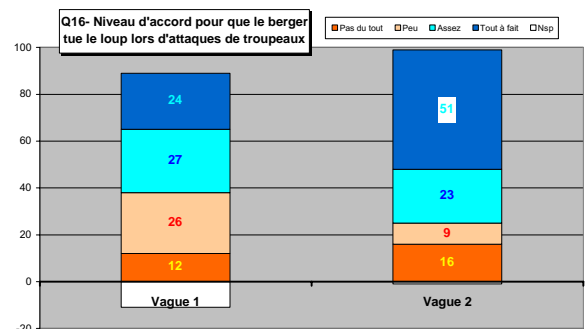
Q14- Si je vous dis « les loups causent beaucoup de dégâts dans les troupeaux de moutons », êtes-vous...

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Tout à fait d'accord	39	42
- Assez d'accord.....	33	29
- Peu d'accord.....	15	15
- Pas du tout d'accord	2	12
- Ne sait pas dire	12	2
TOTAL	100 %	100%



Q17- À votre avis combien de moutons et autres animaux domestiques ont été tués par les loups l'année dernière dans votre département ?

<i>Attention : % cumulés Sur les répondants</i>	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- aucun.....	6	1
- de 1 à 10.....	13	11
- de 11 à 30	20	25
- de 31 à 50	26	43
- de 51 à 100	47	61
- de 101 à 200	58	78
- de 201 à 300.....	69	88
- de 301 à 500.....	82	93
- de 501 à 1 000.....	93	98
- + de 1 000	100	100.....
TOTAL	100 %	100%



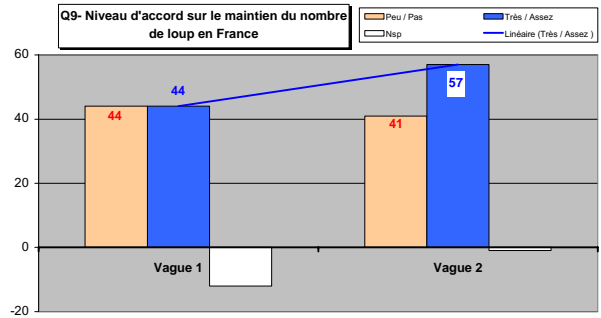
Q16- Lorsqu'un berger surprend un (des) loup(s) en train d'attaquer un troupeau, seriez-vous d'accord pour que le(s) loup(s) surpris soit tué(s) par le berger ?

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Tout à fait d'accord	24	51
- Assez d'accord.....	27	23
- Peu d'accord.....	26	9
- Pas du tout d'accord	12	16
- Ne sait pas dire	11	1
TOTAL	100 %	100%

AVIS SUR LA DEMOGRAPHIE ET LA REGULATION DE L'ESPECE

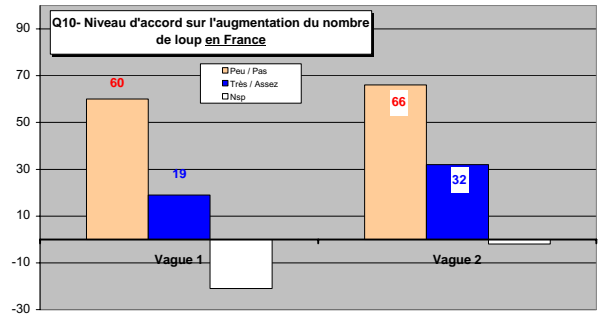
Q9 –Pour les générations futures il est important de maintenir les populations de loups ?

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Tout à fait d'accord	12	27
- Assez d'accord	32	30
- Peu d'accord	20	13
- Pas du tout d'accord	24	28
- Ne sait pas dire	12	1
TOTAL	100 %	100%



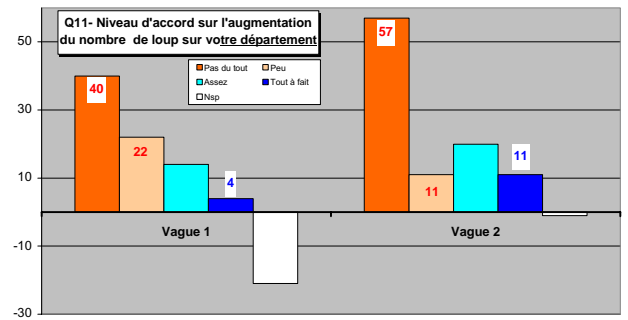
Q10- Je serais d'accord pour une augmentation du nombre de loups en France ?

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Tout à fait d'accord	4	12
- Assez d'accord	15	20
- Peu d'accord	23	13
- Pas du tout d'accord	37	53
- Ne sait pas dire	21	2
TOTAL	100 %	100%



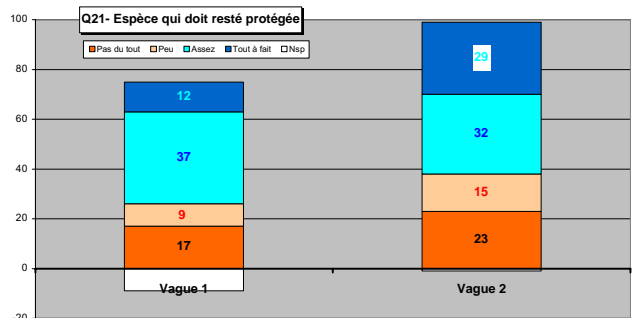
Q11- Je serais d'accord pour une augmentation du nombre de loups dans votre département ?

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Tout à fait d'accord	4	11
- Assez d'accord	14	20
- Peu d'accord	22	11
- Pas du tout d'accord	40	57
- Ne sait pas dire	21	1
TOTAL	100 %	100%



Q21- Considérez-vous que les loups doivent rester complètement protégés en France

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Tout à fait d'accord	12	29
- Assez d'accord	37	32
- Peu d'accord	9	15
- Pas du tout d'accord	17	23
- Ne sait pas dire	9	1
TOTAL	100 %	100%



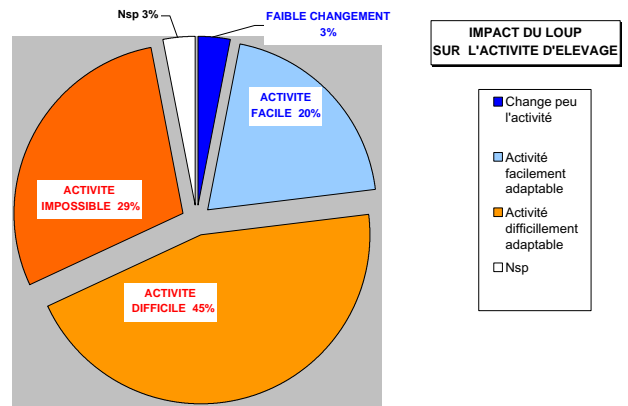
• OPINIONS SUR LE PASTORALISME

Q18. Le rôle des bergers et de l'élevage de moutons dans les Alpes française est une activité que vous estimez Très, Assez, Peu, Pas du tout importante aujourd'hui pour l'économie de la montagne ?

	Total Vague 2
Base répondants	400
- Très importante	62
- Assez importante.....	28
- Peu importante.....	8
- Pas du tout importante.....	2
- Ne sait pas dire	1
TOTAL	100%

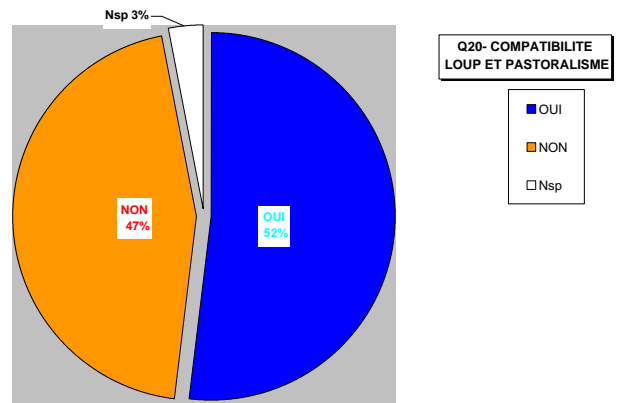
Q19- Diriez-vous que le loup pour les éleveurs et les bergers ...

	Total Vague 2
Base répondants	400
- Change peu leur activité	3
- Est une nouvelle contrainte à laquelle ils s'adapteront aisément.....	20
- Est une nouvelle contrainte à laquelle ils s'adapteront difficilement.....	45
- Constitue une menace qui rend impossible leur activité	29
- Ne sait pas dire	3
TOTAL	100%



Q20- Finalement, pensez-vous que la présence du loup est conciliable avec le pastoralisme ?

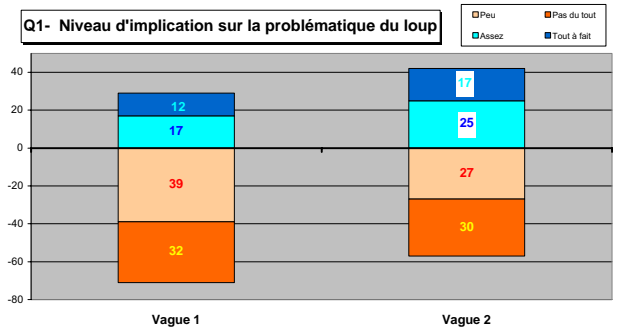
	Total Vague 2
Base répondants	400
- Oui	52
- Non	45
- Ne sait pas dire.....	3
TOTAL	100%



APPRECIATIONS DE LA MEDIATISATION DU LOUP ET ATTENTES D'INFORMATIONS

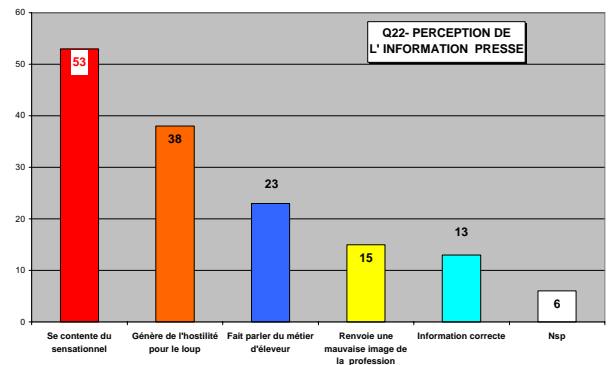
Q1 – Dites moi tout d'abord si vous vous sentez « très, assez, peu, ou pas du tout » concerné par la problématique du loup *en Savoie / dans les Alpes Maritimes* ?

	Total Vague 1	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	800	400
- Très (10)	12	17
- Assez (9/8/7)	17	25
- Peu (6/5/4)	39	27
- Pas du tout (3/2/1)	32	30
- Ne sait pas dire		1
TOTAL	100 %	100%



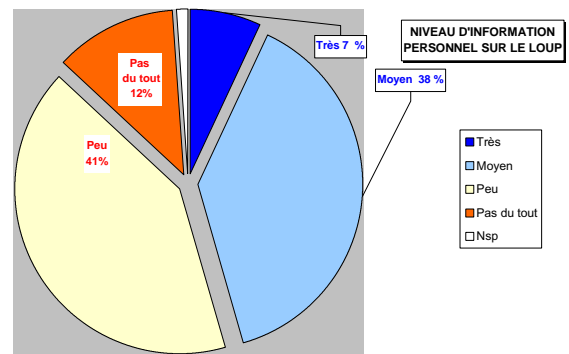
Q22- Par rapport à ce que l'on peut lire dans la presse pensez-vous que la médiatisation du loup (+sieurs réponses possibles)

	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	400
- Tient correctement informé le public sur ce sujet	13
- Permet de faire parler du métier d'éleveurs et bergers.....	23
- Renvoie une mauvaise image de cette profession	15
- Génère plutôt de l'hostilité à l'égard du loup	38
- Se contente du « sensationnel », (du scoop)	53
- Ne sait pas dire	6
TOTAL	100%



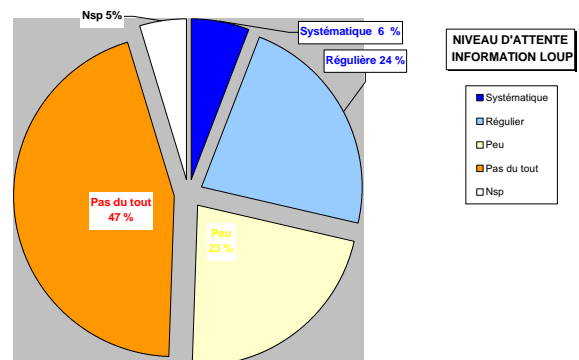
Q23 – Dites-moi si vous vous estimez aujourd'hui Très, Moyennement, Peu, Pas du tout informé sur le loup en France ?

	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	400
- Très	7
- Moyennement	38
- Peu	41
- Pas du tout	12
- Ne sait pas dire	1
TOTAL	100%



Q24- Souhaiteriez-vous recevoir des d'informations sur la problématique de la gestion du retour du Loup en France ?

	Total Vague 2
<i>Base répondants</i>	400
- Oui, systématiquement.....	6
- Oui, régulièrement	24
- Oui, un peu	23
- Non, pas du tout	47
- Ne sait pas	1
TOTAL	100%



QUELQUES CARACTERISTIQUES INDIVIDUELLES INFLUANT LES OPINIONS

	MOY.	AGE			PCS			TALLE FAMILLE		ANCIENNETE				RESIDENCE		DPT	
		- de 35 ans	35 à 65 ans	+ de 65 ans	Sup.	Inf.	Inact.	3 et +	1 à 2	- de 5ans	5 à 19ans	20 à 39ans	40ans et +	Princ.	Second.	Alpes Mar.	Savoie
	Nb ind.	104	187	111	89	115	191	208	194	68	116	113	101	331	71	201	201
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Q2- Sentiments pour le loup																	
"Aime"	57,2	79,8	56,7	36,9	73	65,2	45,6	65,4	48,5	72,1	66,4	55,8	36,6	58	53,5	60,2	54,3
Q3- Avis sur la présence du loup																	
"Bonne chose"	49,3	70,2	49,7	28,8	71,9	56,5	35,6	59,1	38,7	67,6	62,1	49,6	20,8	51,1	40,8	51,2	47,3
Q7- Evolution estimée du nombre de loup																	
"Stabilité ou baisse"	45,8	57,7	44,4	36,9	52,8	47,9	40,9	49,5	41,7	58,8	50,9	38,1	39,7	46,6	42,3	43,8	47,8
Q10- Accord pour augmentation du nb de loups																	
"Accord" Tout à fait /Assez /Peu	45	63,5	44,9	27,9	60,7	55,7	32,5	53,8	35,6	63,2	54,3	46,9	21,8	45,6	42,3	33,8	30,4
Q12- Equilibre sur faune sauvages																	
Bon	55	65,4	62	33,3	78,7	59,1	41,9	59,6	50,1	75	67,2	42,5	41,6	56,2	49,3	54,7	55,2
Q14- Avis sur les dégats causés sur les troupeaux																	
Faibles	56,2	65,4	62	37,8	76,4	60	45	63,1	49,1	69,1	60,3	51,3	48,5	57,4	50,7	54,2	58,1
Q16- Possibilité pour le berger de tuer le loup																	
Accord faible ou nul	47,8	62,5	51,3	27,9	66,3	49,6	39,3	52,4	42,8	55,9	51,7	50,4	36,6	47,7	47,9	45,8	49,8
Q20- Compatibilité "loup et pastoralisme"																	
"Oui"	52	67,3	55,6	31,5	74,2	54,8	41,4	57,7	45,9	75	59,5	46	33,7	53,2	46,5	52,2	51,7
Q21- Espèce à protéger																	
Favorable	60,9	79,8	61	43,2	77,5	69,6	49,7	64,4	57,2	76,5	70,7	55,8	45,5	61	60,6	66,1	55,8
Q24- Attente d'information																	
Fort	29,6	34,6	31	22,5	34,8	33,9	25,7	36,1	22,7	29,4	36,2	30,1	21,8	30,2	26,8	33,4	25,9
TOTAL =	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

➤ **Le tableau ci-dessus** liste quelques variables d'opinion extraites de l'enquête et détaille les réponses selon les caractéristiques des répondants (colonnes).

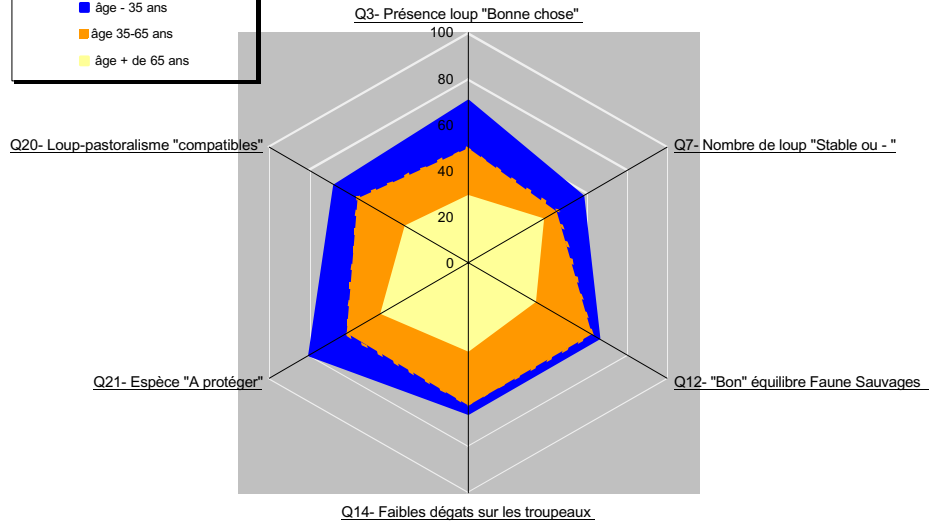
Il met ainsi en évidence les écarts à la moyenne selon le profil des personnes interrogées.

Nous constatons que, pour toutes ces variables, **les tendances sont identiques** : les scores sont chaque fois **plus élevés** pour les **jeunes**, les **PCS supérieures**, les **familles plus nombreuses**, les **jeunes résidents**,... dont l'attitude est en quelque sorte **plus positive** à l'égard du loup que les plus âgés, inactifs, anciens résidents dont les réponses sont systématiquement en retrait.

Les graphiques page suivante rendent compte de la constance de ces écarts selon les caractéristiques individuelles des répondants. Ces trois graphiques prennent pour exemple leur signalétique d'âge, PCS, ancienneté de résidence.

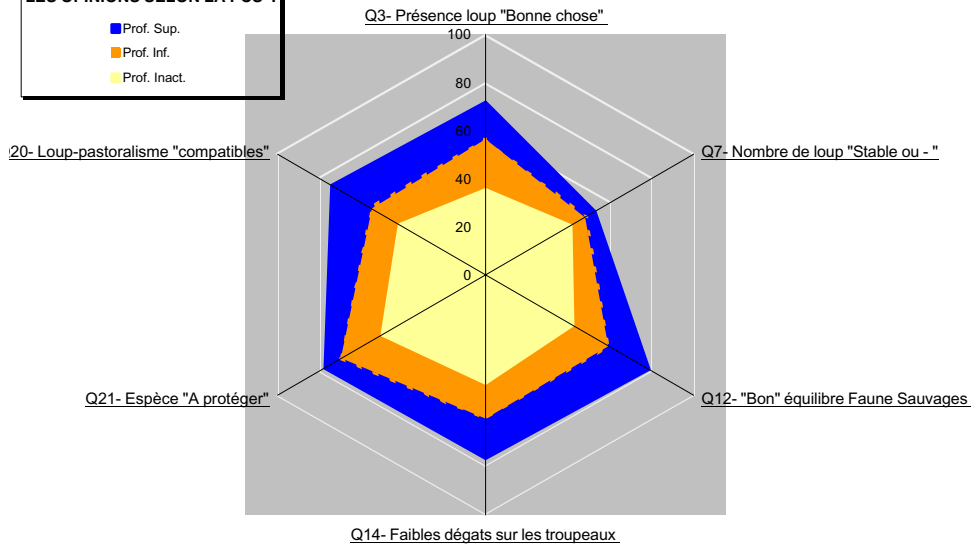
LES OPINIONS SELON L'AGE :

- âge - 35 ans
- âge 35-65 ans
- âge + de 65 ans



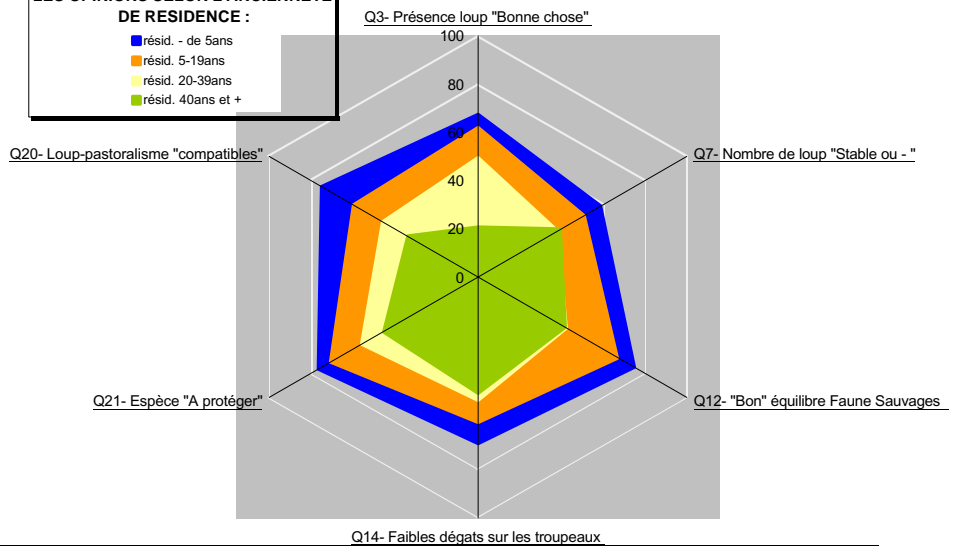
LES OPINIONS SELON LA PCS :

- Prof. Sup.
- Prof. Inf.
- Prof. Inact.



LES OPINIONS SELON L'ANCIENNETE DE RESIDENCE :

- résid. - de 5ans
- résid. 5-19ans
- résid. 20-39ans
- résid. 40ans et +



TYPOLOGIE DU GRAND PUBLIC

⇒ PRECISIONS METHODOLOGIQUES :

Les descriptifs précédents sont produits à partir de nombreux tris croisés qui permettent d'apprécier la diversité des opinions des personnes interrogées.

Nous proposons maintenant de **synthétiser ces résultats au travers d'une typologie**, qui au lieu de raisonner sur un « individu moyen », permet de constituer des groupes ayant chacun leur propre logique.

Ces groupes sont constitués de manière à ce que :

- les individus d'un même groupe se ressemblent le plus possible,
- les groupes soient les plus différents les uns des autres.

La typologie se construit à partir de variables pressenties « actives ». Elles sont donc sélectionnées en fonction de leur incidence dans les tris croisés, mais aussi pour leur pertinence par rapport aux objectifs de l'enquête.

En conséquence, nous avons décidé de retenir des variables relatives aux sentiments du public à l'égard du loup, aux modalités de régulation de l'espèce, mais également sur la perception du pastoralisme. Soit :

- Q16- Possibilité pour le berger de tuer le loup en cas d'attaque (559)
- Q9- Avis sur le maintien de l'espèce sur le territoire (534)
- Q3- Appréciation de principe sur la présence du loup en France (514)
- Q20- Compatibilité loup/ pastoralisme (468)
- Q21- Protection de l'espèce (432)
- Q1- Sentiments pour le loup (396)
- Q13- Autorisation de la chasse (282)

L'ordre selon lequel nous listons ces variables correspond à la contribution relative de chaque variable dans la constitution de ces types (indiquée entre parenthèses). Il est intéressant de constater que l'opinion relative à « l'intervention du berger lorsqu'il est menacé » participe fortement à la construction de ces types (cela signifie que les groupes se distinguent fortement par cette opinion).

Le lancement du calcul typologique sur les données d'enquête a abouti à la **constitution de quatre groupes significativement distincts** quant à leurs **opinions** sur la gestion du loup mais aussi présentant des disparités « remarquables » lorsqu'on observe leurs **caractéristiques « sociologiques »**.

Le tableau page suivante présente la répartition des réponses à ces questions d'opinion pour chaque type constitué. Nous avons fait figurer en gras les écarts les plus significatifs qui caractérisent donc chaque groupe

⇒ RESULTATS DE LA TYPOLOGIE : CARACTERISATION DES TYPES

	CR	Total	Type 1	Type 2	Type 3	Type 4
			--	++	+	-
			"Hostiles"	"Favorables"	"Conciliables"	"Mitigés"
<i>Effectifs</i>			106	145	70	81
Sentiments pour le loup ?		100	26,3%	36,0%	17,4%	20,1%
ADORE	396	7,0	0,0	14,5	8,6	1,2
AIME		50,2	11,3	73,8	77,1	35,8
N'AIME PAS		30,6	63,2	6,9	7,1	50,6
DETESTE		7,0	22,6	0,0	0,0	4,9
Nsp		5,2	2,8	4,8	7,1	7,4
Avis sur la présence du loup						
BONNE CHOSE	514	49,3	2,8	86,9	84,3	12,3
MAUVAISE CHOSE		46,5	96,2	9,7	7,1	81,5
Nsp		4,2	0,9	3,4	8,6	6,2
Avis sur le maintien de la population de loups						
ACCORD	534	57,5	0,0	96,6	91,4	33,3
NON ACCORD		41,3	99,1	3,4	7,1	63,0
Avis sur la chasse au loup						
AUTORISE	282	50,0	93,4	24,8	44,3	43,2
INTERDIT		47,5	3,8	74,5	54,3	50,6
Avis sur la possibilité pour les bergers de tuer le loup						
ACCORD FORT	559	51,2	95,3	0,0	98,6	44,4
ACCORD FAIBLE OU NUL		47,8	4,7	100,0	0,0	51,9
Compatibilité du loup- pastoralisme						
OUI	468	52,0	7,5	91,0	80,0	16,0
NON		45,3	90,6	8,3	18,6	75,3
Nsp		2,7	1,9	0,7	1,4	8,6
Avis sur la protection de l'espèce						
TOUT A FAIT ACC.	432	29,4	3,8	51,0	41,4	13,6
ASSEZ ACC.		31,6	10,4	42,1	38,6	34,6
PEU ACC.		15,2	17,0	5,5	10,0	34,6
PAS DU TOUT ACC.		22,6	68,9	1,4	7,1	13,6
Nsp		1,2	0,0	0,0	2,9	3,7

⇒ INTERPRETATION DES GROUPES :

Ce tableau met en évidence les positions spécifiques de chaque type. Nous les interprétons comme suit :

➤ **Le premier type :**

Il représente un quart du public. (26%)

Ce groupe est composé exclusivement d'**individus « hostiles » au loup.**

Toutes leurs opinions vont à l'encontre de la défense de l'espèce :

Ils n'acceptent pas sa présence, réfutent son statut d'animal « protégé », considèrent le loup inconciliable avec le pastoralisme, approuvent la chasse et concèdent au berger le droit de tuer le loup.

➤ **Le deuxième type :**

Il s'agit du groupe majoritaire avec **plus du tiers des répondants** (36%).

Ce groupe compte les individus **les plus « enthousiastes »**, leurs opinions sont **à l'inverse du premier type**.

Leur attrait pour le loup est fort, ils soutiennent tous le maintien et la protection de l'espèce, désapprouvent la chasse et conçoivent peu que le berger puisse tuer le loup.

➤ **Le troisième type :**

Ce groupe est constitué, comme le type 2, **d'un public également favorable au loup**. Il se distingue toutefois du précédent par leurs **avis sur la chasse au loup** : une partie y est **favorable**, et tous acceptent que le berger puisse chasser le loup lors d'attaque de troupeaux.

Pour eux aussi (sous ces conditions ?) le pastoralisme reste compatible avec le loup.

Ce groupe représente **17% du public**.

On constate ainsi que la part du public exprimant un ensemble d'opinions exclusivement positives (Type 2 et Type 3) est majoritaire : 53% du total.

➤ **Le quatrième type :**

Ce groupe se caractérise par des individus dont **les avis apparaissent les plus « partagés »**. Ils sont autant à déclarer aimer le loup et ne pas l'aimer, pour ou contre sa préservation, favorables ou défavorables à la chasse, ... Leurs avis sont donc dans l'ensemble **très mitigés** bien qu'au bilan ils apparaissent **plutôt opposés** au loup : une majorité juge l'espèce **inconciliable** avec le pastoralisme (75%) et **désavoue sa présence** (81%).

⇒ PROFIL DES TYPES

Après avoir dégagé une typologie sur la base des opinions, il est intéressant maintenant d'observer si ces groupes ont des **caractéristiques signalétiques particulières**.

Le type 1 : Les « hostiles », unanimement réfractaires au loup.

- ✓ Dans ce groupe qui compte pour 26% du public, nous trouvons fortement représentés :
 - Les "*+65 ans*" qui constituent la moitié de ce type (50%) ;
 - Les "*inactifs*" pour plus des deux tiers (69%),
 - Les "*plus anciens résidants*", avec 44% installés depuis plus de 40 ans sur leur commune (alors qu'ils ne représentent que 26% du total)

- **Le type 2** : Le groupe des plus « **optimistes** » majoritaire, avec 36% du public compte dans ses rangs :
 - ✓ des très jeunes, avec la moitié des "*-35 ans*" qui appartiennent à ce type,
 - ✓ des catégories professionnelles « *supérieures* » dont plus de la moitié (55%) est affectée à ce groupe
 - ✓ des *résidents récents* (- 5 ans) que l'on retrouve aussi plus significativement représentés dans ce groupe avec la moitié de leurs effectifs (55%)

- **Le type 3** : Ce groupe également **favorable** au loup et pour lequel le pastoralisme reste compatible avec la présence du loup, notamment en autorisant sa chasse se distingue par ;
 - ✓ Une **forte** proportion ;
 - de jeunes de "*-35 ans*" qui représentent 36% (alors que la moyenne est à 26%),
 - de "*nouveaux résidents*", avec 27% dans ce groupe (alors que la moyenne est à 17%)
 - ✓ Une **faible** représentation ;
 - des "*inactifs*", avec ici 34% (contre 48% en moyenne)
 - des "*résidents secondaires*" qui ne sont que 10%, contre une moyenne de 18% sur le total)

- **Le type 4** : Ce groupe des « **mitigés** » qui vaut pour 17% du public **n'affiche pas –logiquement- de caractéristiques particulières**, il se répartit sur l'ensemble des classes d'âges, des professions, d'ancienneté de résidence,...

⇒ COMPORTEMENTS DES GROUPES :

Comment ces quatre groupes se positionnent-ils de manière plus fine sur certaines questions ? Ex : Lesquels se sentent le plus impliqués, leur niveau de connaissance sur l'espèce est-elle différente, qui attend plus particulièrement de l'information,... ? Le traitement croisé de ces types avec quelques données d'enquête permet d'y répondre

Nous retenons :

- **Pour le type 1** correspondant aux "**plus hostiles**" :
 - ✓ Ces réfractaires comptent une part plus significative d'individus se déclarant **concerné** par la problématique du loup (53%) et sont aussi une plus **forte proportion à n'attendre aucune nouvelle information** sur le loup (58%).
 - ✓ Par ailleurs, ces « anti-loup » jugent que le nombre de loups **augmente** (64%), qu'ils sont **réapparus** que récemment (72%) et que leur réintroduction n'est **pas naturelle** (60%).

- **Pour le type 2** correspondant aux plus « **enthousiastes** » :
 - ✓ Ce groupe ne se distingue pas -à la différence des réfractaires- par leur niveau d'implication sur la problématique (ses déclarations se situent dans la moyenne), mais il se différencie par son niveau **d'attentes en matière d'information** : 39% souhaitent être systématiquement ciblés par de nouvelles informations sur le loup (alors que la moyenne est de 29%).
 - ✓ A l'évidence, une tendance "écologique" forte se dégage : ils sont quasi unanimes à penser que le loup contribue à un **meilleur équilibre de la faune sauvage** (82%)
 - ✓ Ce groupe considère par ailleurs que **l'espèce est stable** sur le territoire (44%), qu'il y a toujours eu des loups (54%), que **son retour est naturel** (59%).

- **Pour le type 3 partiellement favorable** à la chasse et entièrement d'accord sur la **compatibilité** du "loup avec le pastoralisme" nous n'observons pas de prise de positions particulières hormis sur :
 - ✓ la « présence du loup » perçu comme ayant **toujours existé** (61%)
 - ✓ sa **bonne intégration** au sein de la faune sauvage (74%)

- **Pour le type 4** correspondant aux « **mitigés** » nous ne dégageons **pas de partis pris spécifiques**, mais il est utile de signaler ;
 - ✓ une plus **faible implication** sur la problématique (seulement 67%)
 - ✓ une **absence d'attente** d'informations sur le loup.

Avis au lecteur : les graphiques de l'annexe 2 B n'existent pas en version numérique compatible avec Word, ils sont joints à l'original du rapport.

TABLEAUX ET GRAPHIQUES ISSUS DE LA TYPOLOGIE

**DETAIL DES TYPES
selon leur niveau d'implication**

**DETAIL DES TYPES
selon leur connaissance de
l'espèce**

**DETAIL DES TYPES
selon leur avis sur le pastoralisme**

**DETAIL DES TYPES
selon leur appréciation de
l'information**

**DETAIL DES TYPES
par leurs caractéristiques
signalétiques**



Mutations et Management

**MINISTERE DE L'ENVIRONNEMENT
DIREN PACA**

Evaluation de la campagne de communication du programme LIFE
Enquête Grand Public

Annexe 2 – Résultats détaillés de l'enquête quantitative
B - Rapport de Tableaux

VENTILATION DES RESULTATS

selon les signalétiques

**Age / PCS / Sexe / Taille du foyer /
Ancienneté et département de résidence**

PREDISPOSITION ET AFFECT DU PUBLIC A L'EGARD DU LOUP

- Sentiments**
- Présence sur le territoire**

ELEMENTS DE CONNAISSANCE ET RUMEURS SUR L'ESPECE

- Evolution du nombre de loup

IMPACT DU LOUP EN MILIEU SAUVAGE

- Equilibre sur la faune sauvage**
- Avis sur la chasse**

IMPACT DU LOUP SUR L'ELEVAGE

- **Importance des dégâts sur les troupeaux**
- **Possibilité laissé aux berger de tuer le loup**

DEMOGRAPHIE ET REGULATION DE L'ESPECE

- Avis sur le maintien du nombre
- Avis sur l'augmentation en France
- Avis sur l'augmentation sur le département
- Accord sur la protection du loup

OPINIONS SUR LE PASTORALISME

- **Importance dans l'économie**
- **Contraintes du loup sur l'activité**
- **Compatibilité avec le pastoralisme**

**APPRECIATION DE LA
MEDIATISATION
DU LOUP ET ATTENTES
D'INFORMATIONS**

- Niveau d'implication du public
- Niveau d'information personnelle
- Souhait d'information

**COMMENTAIRES LIBRES
EN FIN D'INTERVIEW**

(prise de notes par les opérateurs téléphoniques)

COMMENTAIRES LIBRES EN FIN D'ENTRETIEN : DEPARTEMENT DE SAVOIE

FERRAILLEUX DE + DE 20 METRES DE HAUT. ELLE EST CONTRE LE FAIT QUE LES BETES S
 ATTAQUENT AU TRAVAIL DES HOMMES
 elle pense que les attaques ne sont pas dues qu aux loups
 ne se sent pas concernée
 chasseur qui est partagé
 était intéressé de savoir qui a commandé ce questionnaire
 a plus de problèmes avec les sangliers
 il est pour une cohabitation et pour l'élimination des loups seulement si il y en a trop
 A ETE INFLUENCE PAR LES REPORTAGES SUR LA TELE
 Connaissances du loup par rapport à la télévision et les journaux qui selon elle disent vrai. Les journaux
 pas beaucoup de connaissances sur le sujet.
 ELLE A ENTENDU PARLER DU LOUP HIER.
 A SAVOIR SI C EST LE LOUP QUI CREE DES DEGATS ET BIEN A CE JOUR IL N Y A PAS ENCORE DE
 RESULTATS DE PRELEVEMENTS DE SALIVE SUR LES MOUTONS AGNEAUX ETC VICTIMES D
 SES REPONSES ONT ETE FAITES PAR RAPPORT AUX MEDIAS.
 LE LOUP DANS LA MESURE OU IL VIT A L ETAT SAUVAGE LORSQU IL MET DES BEBES LOUPS AU
 MONDE CELA NE PEUT QU ACCROITRE LE NOMBRE DE LOUPS EN FRANCE CAR ON NE LES GERE
 pas de connaissances sur le sujet, aucune discussion à ce sujet selon elle les loups sont tout de même
 PAR RAPPORT A CE QU ELLE VOIT DANS LES REPORTAGES ELLE PENSE QUE LES LOUPS
 DOIVENT ETRE UNE RACE CONSERVEE ET QU ILS DOIVENT ETRE PARQUES DANS DES ZONES
 il connait une voisine qui est ingénieur des eaux et des forêts. les loups font partie de l'équilibre naturel. il y a
 des moyens d éloigner les loups avec des chiens et il faut équiper les bergers.
 A HAUTE LUCE IL Y A PLUS DE 100 ANS LES LOUPS EXISTAIENT DEJA / ON A REINTRODUIT LE
 LOUP SANS LE DIRE. LE CREUX LOUP (mauvais loup) / UN ENFANT FUT DEVORE PAR LE LOUP IL Y
 ELLE REpond PAR RAPPORT AU FAIT QU ELLE POSSEDE UNE CASSETTE ET PAR RAPPORT AUX
 les loups rentrent dans l'équilibre naturel. les loups doivent être en nombre limité pour que ce ne soit pas au
 détriment des travailleurs. les chiens italiens sont une bonne protection. les médias informent mal et sont nuls
 LES LOUPS çA FAIT DES DEGATS, il faut les mettre dans des parcs. Est contre les loups complètement.
 Le loup n'est pas complètement coupable de la disparition des moutons
 la presse et autres médias informent très mal
 Pour certaines questions, elle a prit le point de vue des éleveurs.
 fut dans la commune sur l'aine avant et était dans le pastoralisme c'est pourquoi il est vraiment contre la
 pour la question sur l'attaque des loups sur les troupeaux: réaction normale du berger de les tuer.
 SI LES LOUPS SONT PROTEGES CE DOIT ETRE SOUS CONTROLE
 Si le loup est protégé il faut aussi réguler la population et à ce moment-là il peut y avoir cohabitation
 c est facile de dire que c est toujours le loup. pour lui le loup tue pour manger alors que le chien tue pour tuer
 il faut que les bergers gardent leurs moutons afin que cela soit conciliable. il faut également protéger et
 c'est le président du cca société de chasse. il est pour la libéralisation du loup dans des parcs ainsi que les
 lynx, ours etc mais pas en zone périphérique. il est pour la régulation de présence d animaux sauvages.
 on peut concilier élevage de troupeaux et protection de loup si les troupeaux ne sont pas livrés à eux-
 Le loup et le sanglier sont nuisibles pour les troupeaux, le loup tue le mouton mais ne le mange pas
 les populations prennent trop à la légère le métier de berger et d'éleveur pour pouvoir s'impliquer
 la présence du loup est une bonne chose pour l'équilibre écologique (nettoyage des bêtes malades), et une
 mauvaise chose si ce n'est pas régulé (trop de reproduction). sinon pas de menace pour l'homme
 pas du tout pour le loup
 elle a peur du loup
 INFLUENCE PAR LES INFOS A LA TELE
 les civilisations de loups augmentent, ils n'avancent que dans un seul sens, il ne faut pas tuer les loups
 est une fan des loups
 TROP DE MEDIATISATION QUI EST SOUVENT DEFORMEE
 Les chasseurs ne doivent pas chasser car ils ne sont pas assez objectifs, il faudrait trouver un moyen
 plus d'information réelle car les médias font trop de sensationnel
 UN PLAN DE CHASSE DEVRAIT ETRE ETABLI COMME POUR LES AUTRES ANIMAUX S IL FALLAIT
 très intéressé et concerné par le sujet mais très peu informé malgré lui.
 LES INFOS EXAGERENT
 était intéressé de savoir qui nous étions et a posé beaucoup de questions sur la diren.
 Ca sert à rien d'être informé sur le retour du loup si on raconte n'importe quoi
 selon lui, les loups sont tolérés s'ils sont surveillés.
 EN LOCATION DANS LA SAVOIE. Les bergers se plaignent mais "qu'on foute la paix aux loups". les chiens
 question 5: les loups sont à la fois revenus naturellement de l'italie et réintroduits par l'homme. le loup devrait
 être chassé quand cela gêne les éleveurs selon lui. les loups doivent plutôt être parqués.
 il pense que les loups peuvent être complètement protégés s'ils sont dans des endroits différents de ceux
 il est d'accord pour que la chasse soit réglementée et pour que les loups soient mis dans des parcs naturels.
 selon lui, les randonneurs sont plus souvent attaqués par les chiens des bergers. ce sont les chiens qui font le
 plus de dégâts. les bêtes tuées par les loups sont 30 fois moins nombreuses que celles tuées par les chiens.
 il a entendu dire que les bergers étaient obligés de parquer leurs bêtes à cause des loups. même si sur le
 fond il n'a rien contre les loups, il n'est pas d'accord lorsque ces derniers s'attaquent aux moutons...

COMMENTAIRES LIBRES EN FIN D'ENTRETIEN : DEPARTEMENT DES ALPES MARITIMES

A TOUJOURS PEUR DU LOUP A CAUSE DE LA PRESSE
 SELON LUI, IL Y A PLUS DE 500 LOUPS DANS LES ALPES MARITIMES
 il serait très intéressant que les troupeaux de moutons soient protégés par des patous cela favoriserait la
 LA PRESSE N INFLUENCE PAS SON ATTITUDE A L EGARD DES LOUPS ET LES LOUPS DOIVENT
 LA GRAND MERE DE CETTE DAME LUI A PARLE DEJA DES RAVAGES DES LOUPS AUPRES DES
 SON OPINION SE FAIT PAR RAPPORT A CE QU IL ENTEND. LA PRESSE RENVOIE UNE MAUVAISE
 DETESTE LES LOUPS CAR LE PARRAIN DE SA FILLE EST BERGER ET VOIT BEAUCOUP DE SES
 EST POUR LES LOUPS, CONTre les chasseurs. grand connaisseur des loups. pour lui, le loup d'italie est plus
 dangereux car il a l'habitude de leur donner à manger. introduction des jeunes loups et loups en couple pour
 la chasse devrait être interdite pour les chasseurs et autorisée pour les éleveurs. il est peu et même mal
 SON OPINION SE FAIT PAR RAPPORT A LA TELEVISION MAIS ELLE NE SE SENT PAS CONCERNEE
 il a une opinion des éleveurs. il aime le loup en tant qu'animal sauvage mais celui-ci est plutôt dangereux et
 mauvais pour les éleveurs. le nombre peut augmenter si on continue à les protéger et à les nourrir. il faudrait
 On est beaucoup informé sur la présence du loup en France, même par les politiciens
 A PUGET THENIER QUAND J ETAIS ENFANT IL AVAIT PEUR DES MOUTONS ET LA NUIT ILS
 ETAIENT GARDES / AUJOURD HUI 1000 MOUTONS NON GARDES LA NUIT C EST SUR QUE CA
 IL A VU AUX INFORMATIONS QUE 400 MOUTONS ONT ETE ATTAQUES L ANNEE DERNIERE
 ne connait aucune publication sur les stats, nbre de loup... selon elle les chiens érant sont + dangereux pour
 les troupeaux. les randonneurs... région: séranon. beaucoup trop de troupeaux. Les loups sont gentils.
 MR ET MME ETAIENT ELEVEURS DE MOUTONS AVANT LA RETRAITE LE LOUP A ETAIT
 REINTRODUIT ET POUR LES BERGERS IL FAUT SURVEILLER JOUR ET NUIT POUR LEURS BETES
 Comment protéger les loups si les bergers les tuent ?
 ne souhaite pas que les loups soient protégés dans le mercantour. préférerait que les loups soient gardés en
 réserve. l'information (presse...) est selon elle très manipulée. Dépend quelle partie parle.
 IL FAUDRAIT REFORMULER LA Q10 PARCE QU'IL Y A 20 FOIS PLUS D ATTAQUE ET D AMPUTATION
 DE CHIENS ERRANTS QUE DE LOUPS. LA Q15 EST TROP CATEGORIQUE PARCE QUE TOUT
 Les loups gênent les éleveurs. selon elle, il n'y a aucun avantage qu'il y ait des loups. c'est à détruire. elle ne
 n'a rien contre les loups s'ils ne sont pas à l'état sauvage. une réserve devrait être créée.
 MME PREND SES VACANCES DS LES ALPES DEPUIS 22 ANS ET EST INFORMEE DU LOUP GRACE A
 Le loup est une menace pour les bergers car si les moutons ne broutent pas l'herbe il y aurait risque
 d'avalanche. De plus les loups tuent les moutons mais ne les mangent pas, c'est ce qui est inconcevable.
 MME S INFORME GRACE A DES ARTICLES DANS LES JOURNAUX ET LA TELE
 Cette ancienne bergère trouve que la présence du loup est une menace fatigante pour les bergers qui
 doivent veiller au troupeau jour et nuit. Aussi, si les moutons disparaissent cela provoquerait des avalanches
 serait très intéressé par le résultat de ce sondage.
 Les loups devraient être parqués
 la présence du loup est à débattre car c'est une mauvaise chose pour les troupeaux mais c'est une bonne
 chose pour le tourisme. Les bergers peuvent faire avec s'il y a le personnel nécessaire pour y remédier
 personne qui aime la nature il a eu des problèmes sur le remboursement d'attaques de mouton dû à son
 chien (qui pour lui n'a rien fait). il participe à des missions écologiques sur la sauvegarde des espèces
 Les loups menacent les moutons donc ils prennent des chiens patous "sauvages" qui s'attaquent aux
 randonneurs à partir de là il faut aussi protéger les humains pourquoi ne pas protéger les loups dans des
 Les mentalités doivent changer pour faire avancer les choses
 il faudrait parler des chiens errants car il y a une exagération du problème du loup
 LES FRERES DU MARI SONT BERGERS ET ELLE A EXPOSE LE FAIT QU ILS DOIVENT DORMIR AVEC
 LES MOUTONS POUR LES PROTEGER DU LOUP PARCE QU'ILS ONT DEJA PERDU ENTRE 14 ET 15
 les loups font du mal, il faut les mettre dans des parcs uniquement. il faut que la chasse soit ouverte lorsque
 elle ne déteste pas particulièrement. son frère avait des moutons et a connu des dégâts considérables. les
 loups détruisent tout: marçassins, cerfs... les loups devraient être uniquement dans des parcs. il y a un élevage
 très concerné par ce problème. 1918: dernier loup tué. ils ont été réintroduits, c'est sûr et certain. contre le loup
 complètement car il crée trop de dégâts. la dernière attaque de loup a eu lieu il y a 15 jours.
 peu informée sur le sujet. peu de connaissances. 300 bêtes minimum tuées l'année dernière.
 L'ONS protège les loups. elle pense qu'il y a 2 ou 3 familles de loups environ.
 IL EST SUR QUE LES LOUPS ONT ETE REINTRODUITS EN 1992. UN CHEPTEL SAUVAGE A ETE BIEN
 DEVELOPPE GRACE AU PARC DE MERCANTOUR ET DEPUIS LA REINTRODUCTION DU LOUP IL Y A
 il connaît 2 bergers proches. 2500 bêtes tuées environ. les loups doivent être plutôt parqués et non mis en
 ELLE PENSE QUE SI LES LOUPS ATTAQUENT C EST AUSSI PARCE QUE LE NOMBRE DE MOUTONS
 la presse parle peu du métier d'éleveur.
 SON COUSIN DE LIMON A EU DE NOMBREUX MOUTONS DEVORES L ANNEE DERNIERE EN
 GENERAL LE LOUP DEVORE EN ALTITUDE SI IL EST DANS LES VALLEES C EST QU EN ALTITUDE IL
 elle est d'accord pour protéger les loups mais à chacun sa zone. selon elle les moutons ne doivent pas être
 habite à Paris et est en vacances dans les alpes maritimes. il n'est pas du tout intéressé par les loups et a
 IL PENSE QU IL FAUDRAIT LAISSER FAIRE LA NATURE MAIS QUE SI LE LOUP ATTAQUE DES
 HUMAINS OU UN TROUPEAU IL FAUDRAIT ABATTRE LE LOUP QUI A ETE ATTAPE.
 "Il n'y aurait pas autant de dégâts dans les troupeaux si la garde des moutons était revue"
 très sensible à l'environnement et peu convaincu par le rôle de tous les bergers
 "en 1980 pas de loup, aujourd'hui il faut tous les détruire car ils nuisent à l'élevage, de - en - de personnes
 veulent être bergers. en plus lorsqu'un berger tue un loup il n'a qu'une faible prime"



Mutations et Management

DIREN PACA

Evaluation de la campagne de communication du programme LIFE
« Le retour du loup dans les Alpes Françaises »

Annexe 3 – Analyse détaillée de la couverture presse / Web

Note veille presse Résumé

Objectifs :

Dans le cadre de l'étude portant sur « **Le retour du loup dans les Alpes Françaises-Evaluation et impacts des actions de communication** », le Cabinet *Sémaphores* s'est engagé à assurer une analyse de la couverture presse relative à cette thématique depuis 1999.

Cette veille presse-web, établie en conformité avec le cahier des charges de la mission, vise notamment à :

- **identifier le positionnement des différents quotidiens** à propos du retour du loup,
- **mettre en évidence les évolutions dans la présentation de ces thématiques.**

Références :

Cette veille presse s'appuie sur la revue de presse collectée par le chargé de communication du programme Life – Loup et les services de la DIREN depuis 1999. Une base de donnée fédère l'ensemble de ces articles et précise pour chacun d'entre eux le nom du quotidien, la date, les mots clés, ...

Cependant, cette revue de presse apparaissait très centrée sur la presse quotidienne régionale (*La Provence, Le Dauphiné-Libéré, Nice-Matin*), aussi a-t-elle été quelque peu élargie. Les grands quotidiens nationaux (*Le Monde, Libération, Le Figaro et l'Humanité*) ont ainsi été passés au peigne fin, afin de collecter tous les articles relatifs à la présence du loup, et ce depuis 1995.

Ce travail permet en effet de disposer d'un état initial, antérieur à 1999, afin de mieux appréhender d'éventuelles évolutions dans le contenu ou la forme des articles relatifs au retour du loup dans les Alpes-françaises.

Par ailleurs, un premier traitement a permis de retirer de l'échantillon certains documents comme les billets d'humeur, les communiqués de presse des associations de défense de l'environnement. En effet, ces supports paraissaient difficilement comparables avec les autres documents. De même, les encarts de moins de 100 mots n'ont pas été pris en compte dans ce traitement.

Près de 300 articles, issus aussi bien de la presse régionale que nationale, ont donc été retenus. La plupart proviennent de quotidiens, mais on note aussi la présence de mensuels, d'hebdomadaires, ...

Enfin, il est à noter cette note de veille a été enrichie des échanges tenus entre les consultants de *Sémaphores* et une stagiaire de la DIREN PACA qui a travaillé plus spécifiquement sur l'analyse des champs sémantiques et des occurrences.

1. Les articles relatant « une attaque de loup », un stéréotype ?

Plus de la moitié des articles de la base de données consacrée à la veille presse du programme Life-Loup a pour thème une attaque de loup. Ce thème apparaît ainsi largement dominant, loin devant les mesures de protections, la biologie du loup ou les rapports parlementaires par exemple.

En raison de son importance, ce thème des attaques de brebis sera traité à part, tant l'association entre le loup et les attaques a été longtemps exclusive.

Sur la forme, ces articles se caractérisent par une **extrême diversité**, ces derniers pouvant apparaître aussi bien dans la presse quotidienne régionale que dans la presse nationale, leur longueur varie considérablement (d'un simple encart à une double page), le traitement photographique ou infographique est parfois omniprésent, parfois absent, ...

Malgré tout, on peut esquisser brièvement le **profil d'un « article type »** en affirmant qu'il provient généralement de la PQR, que sa taille est moyenne (1/2 page environ), qu'il est inséré dans les pages intérieures (et donc rédigé par un correspondant local) mais qu'il renvoie à un autre article cité dans les pages « régions » ou l'éditorial (donc plutôt au début du quotidien). Une photographie d'assez grande taille, placée au cœur du texte, accompagne le plus souvent l'article.

Sur le fond, l'intégralité des articles consacrés aux attaques de loup se caractérise par une **tonalité bien particulière**, caractéristique de ce type de support et bien différente des autres types d'articles consacrés à la thématique du retour du loup dans les Alpes françaises.

En effet, tous ces articles reprennent le schéma **narratif du fait divers**. Ce dernier se caractérise principalement par :

- Un récit **accessible à tous et compréhensible facilement** car **détaché de tout élément de contexte**.

Le thème du retour du loup et de ses conséquences n'est pas abordé sous un l'angle environnemental (biodiversité, écosystème, ...), ni comme un problème agricole (dégâts aux troupeaux, restructuration de la filière), il est rarement élargi, et n'est pas relié à d'autres thèmes.

L'article relate donc uniquement une attaque, des brebis blessées ou tuées, la détresse d'un éleveur et se contente de cela. Parfois, on note un effet d'accumulation, lorsque le journaliste décrit une attaque, qui suit une attaque, etc.

De même, dans certains articles, la date du retour du loup dans les Alpes françaises est évoquée, mais ce rappel est immédiatement suivi d'un résumé sur la polémique retour naturel/réintroduction volontaire, sur laquelle les journalistes se font de plus en plus prudents.

Cet embarras et l'ancienneté de la polémique expliquent peut-être, dans une certaine mesure, la volonté de ne pas élargir un sujet pourtant déjà abondamment traité sur le mode de l'événementiel (par le biais d'une attaque) mais considéré comme potentiellement explosif.

- Un récit **fédérateur**

Ces articles se placent volontiers sur un **mode compassionnel**. Pour le journaliste il s'agit avant tout de décrire un **drame humain**. La **victime** est ainsi au centre de l'article.

La **souffrance de l'éleveur**, victime du loup est donc rituellement mise en scène, alors que le préjudice matériel est souvent évoqué plus rapidement. Cette véritable « débauche de souffrance » conduit quasi-inévitablement à un **effet de stigmatisation** à l'encontre du responsable, du fautif, qui subit une personnification parfois très poussée.

Ce caractère quasi délinquant du loup se traduit par un champ lexical très riche qui passe imperceptiblement de « tueur » à « tueur stratégique », « tueur né », « tueur sanguinaire », ... D'un simple trait physiologique (la nécessité de se nourrir) on évolue ainsi vers un prédateur au comportement prémédité ou irrépressible.

Certains articles de Nice-Matin poussent cette logique d'identification « loup/délinquant » à l'extrême, en citant des propos très forts des bergers ou éleveurs, « le loup étant décrit comme un « assassin », « un criminel », un « fossoyeur de la profession », ...

- Un récit de « **seconde main** », pourtant rapporté avec luxe de détails !

La mise en exergue de **réactions crédibles** (mais bien souvent non vérifiées) des témoins ou prétendus témoins, puisque l'attaque a bien souvent lieu la nuit ou en l'absence des hommes. Cette énumération de réactions « à chaud » vise à obtenir l'adhésion du lecteur, mais elles lui permettent bien souvent de projeter ses propres fantasmes, en maintenant une atmosphère de mystère et de doute.

Le champ lexical relatant l'ambiance, l'atmosphère qui régnait avant l'attaque est ainsi très riche et variable à l'infini. La nuit noire, la brume, la nervosité des chiens, la passivité des brebis apeurées, ... occupent ainsi une place beaucoup plus importante que l'attaque elle-même.

En effet, sur l'attaque à proprement parler, ces articles nous laissent sur notre faim. Quasiment aucun ne décrit l'apparition du loup ou ses techniques de chasse. Le journaliste plante (longuement) le décor, puis passe directement au bilan !

- Un lien très fort avec **loi proxémique**.

Caractéristique de la PQR, ce lien avec un territoire explique que plus on s'éloigne géographiquement du lieu de l'attaque, plus la couverture presse est ténue. Dans le cas « d'attaques moyennes », il est rare de dépasser le cadre départemental.

Seules des « attaques de grande ampleur » mobilisent suffisamment l'attention pour échapper à la maille locale et obtenir un traitement régional, voire national. Ainsi, le 2 août 2002, le quotidien *Le Monde* revient sur le dérochage du 20 juillet, où Jean-Claude Giordano a perdu plus de 400 brebis.

Outre une réactivité plus tardive que la PQR, ces articles issus de la presse nationale se caractérisent par un **traitement plus équilibré**, la parole étant également accordée aux défenseurs du loup. Ces derniers, dans leur volonté de défendre le prédateur, développent pourtant des arguments spécieux qui témoignent d'une certaine irresponsabilité.

Par exemple, Florence Englebert, responsable à l'époque de la mission loup à FNE affirme avec aplomb : « quand il attaque un troupeau, le loup agit promptement, s'empare d'une victime puis se retire. Des vidéos l'attestent. ». Et ce, alors que ces vidéos montrent exactement le contraire !

Ces propos ne doivent cependant pas être généralisés à l'ensemble des défenseurs du loup, le Parc National du Mercantour, les Verts, le MEI étant sur le sujet relativement discrets. Ce terrain de la défense du loup quel qu'en soit le prix relève plutôt de FNE et de l'ASPAS (Association pour la protection des animaux sauvages).

2. Des articles généralistes relativement superficiels

Longtemps, les **quotidiens nationaux ont rechigné à identifier le retour du loup comme un problème spécifique**, pouvant donner lieu à une série d'articles. En général, ces quotidiens préféreraient englober ce thème au sein d'un ensemble plus vaste, « **la protection des grands prédateurs** » et évoquer des comparaisons entre l'ours des Pyrénées, le loup des Alpes et le lynx des Vosges.

Hormis quelques spéculations ponctuelles, en 1999, sur la présence éventuelle d'un loup dans le massif des Pyrénées, **le loup est ainsi immédiatement associé aux Alpes Françaises**, dans une répartition géographique des grands prédateurs assez arbitraires (des lynx sont recensés dans les Alpes par exemple).

Une comparaison entre la réintroduction naturelle du loup et celle artificielle de l'ours alimente la plupart des articles consacrés à ce thème, avec des conclusions plutôt favorables aux prédateurs, même si des critiques assez vives sont émises sur les procédures d'accompagnement.

Le **programme Life** est généralement évoqué, mais sans explications particulières, les journalistes préférant pointer du doigt les dysfonctionnements (réels ou supposés) des services de l'Etat. Les élus locaux sont alors particulièrement virulents pour vilipender le Ministre de l'Environnement (à l'époque Dominique Voynet), les fonctionnaires et les eurocrates.

Absence de concertation préalable, décisions imposées par « passage en force », ignorance des préoccupations des édiles locaux, absence de pragmatisme et « intégrisme vert », la liste des récriminations paraît interminable, même si les opposants à l'ours paraissent dans la presse nationale plus prolixes que ceux opposés au loup.

Lorsque la thématique du loup apparaît **isolée de celle des autres prédateurs**, le loup est immédiatement associé à l'agneau ... et aux écologistes. Un article très détaillé et assez ancien du Monde (daté du 1^{er} octobre 1997) reprend d'ailleurs ces trois éléments, sous le titre « le loup, l'agneau et les écolos ».

Cependant, les articles consacrés au loup figurent très souvent dans les pages « régions » des grands quotidiens, ce qui introduit un biais considérable. En effet, ces articles se focalisent généralement sur un territoire de taille assez restreinte, et envisagent **les impacts du retour du loup à l'échelle locale**, un peu à la manière des articles d'attaque.

La presse évoque ainsi « l'ombre du Loup plane au dessus du Mercantour » ou « la phobie du loup gagne les Alpes du nord », avec de nombreuses citations d'éleveurs inquiets ou en colère et, en parallèle, les propos rassurants des défenseurs du loup (« il s'agit de chiens errants », « le loup ne prélève qu'une proie à la fois », ...).

Le contenu de ces articles se révèle donc finalement assez **décevant**. En effet, confronté à un sujet sensible et polémique, les journalistes montrent une **extrême prudence**. Ils reprennent en général les mêmes données factuelles d'un article sur l'autre, en ajoutant quelques détails récents (un nouveau rapport, une nouvelle attaque, ...).

Seule l'expression d'une défiance vis-à-vis de l'équipe gouvernementale en place permet d'échapper à cette morosité ambiante, *Le Figaro* critiquant le rapport Chevallier, tandis que *Libération* critique le rapport Estrosi.

3. Des évolutions lentes mais indéniables de la couverture presse sur le Loup

Malgré quelques dérapages inévitables sur un sujet aussi passionnel, **l'évolution de la ligne éditoriale sur les trois dernières années paraît plutôt favorable**. Cette affirmation repose sur quelques traits marquants :

- Les attaques, un thème très (trop ?) défriché

Tout d'abord, les articles consacrés aux attaques de loup ont tendance à se **banaliser** dans les départements où le prédateur est fixé depuis plus de 4-5 ans. De courts encarts remplacent les longs articles qui autrefois faisaient la une du quotidien,

Il faut vraiment que les dégâts soient très importants (plus de 100 brebis tuées) pour que les journalistes se déplacent massivement et traitent à une échelle régionale l'événement. Imperceptiblement, le seuil de tolérance est passé d'une brebis au départ (chaque attaque était signalée), à une dizaine, une vingtaine et aujourd'hui plus d'une centaine.

Attention toutefois, une « période de creux » dans l'actualité, le changement d'un correspondant local ou les premières attaques dans un secteur jusque là épargné et tous les mécanismes antérieurs de stigmatisation du loup se remettent immédiatement en place.

La lecture des articles d'attaque paraît ainsi très frustrante, puisque de **réels progrès** dans le traitement de ce type d'événements peuvent brutalement être **éclipsés** par une succession d'articles de piètre qualité, accumulant les contresens (on parle tantôt de chiens « patauds », de « réintroduction volontaire financée par des fonds publics », ...).

- La traque du loup, un sujet qui disparaît progressivement

Second motif de satisfaction, les articles évoquant d'éventuelles battues illégales tendent à disparaître depuis le début de l'année. Or ce thème était récurrent dans les années précédentes, les journalistes n'hésitant pas à suivre de tels rassemblements de personnes excédées, prêtes à braver la loi et à partir la fleur au fusil « se faire justice ».

Si ces rassemblements étaient peu fréquents, ils alimentaient la polémique, chaque vallée, chaque département ne voulant pas apparaître en reste face à des collègues qui « prenaient leur destin en main ». Au-delà des outrances verbales, ces articles reflètent en filigrane un climat délétère et le règne de la rumeur et de tenaces rancunes.

L'insuccès de ces battues, une meilleure connaissance (acceptation ?) du statut de la protection du loup et un climat (un peu) plus apaisé expliquent sans doute l'échec de ces manifestations, qui donnaient l'occasion aux ennemis les plus déterminés de la présence du loup dans les Alpes françaises une tribune libre pour s'exprimer (et se déchaîner).

- Les attaques, un fait marquant désormais **élargi à d'autres thématiques**

Plus positif encore, l'action du **chargé de communication du programme Life-Loup** a permis de combler un manque et constitue un précieux relais pour les journalistes. En dépit de certaines imperfections sur la source des informations (orthographe de Florent Favier mal retranscrite, qualification fantaisiste, ...) **l'attaque d'un loup s'est aujourd'hui peu à peu transformée en vecteur de communication sur le loup**.

Si la trame d'ensemble de ces articles ressemble encore dans les premières lignes à celle d'un récit « classique » (aspects factuels), les informations amenées par le chargé de communication permettent de parler systématiquement d'autres thèmes et de sortir de l'évènement local vers des problématiques plus générales..

Les indemnités constituent ainsi le passage obligé de l'élargissement des thématiques vers les mesures de protection, les mécanismes d'identification de la présence du loup, les lieux d'implantations et le nombre des meutes, ...

De plus, ces informations sont amenées par une source « neutre » et « objective », ce qui devrait faciliter la médiation et l'affichage dans la presse d'une position plus nuancée, moins passionnelle.

Cette dédramatisation s'accompagne toutefois d'un discours plus technique, parfois plus austère, qui peut dérouter les adeptes des solutions faciles ou des oukases outrancières. Une certaine méfiance du grand public vis-à-vis de la presse sur le thème du loup (mais est-ce uniquement lié au loup ?) est ainsi nettement perceptible dans le questionnaire quantitatif.

Enfin, le devoir de réserve d'un agent de l'Etat conduit dans certains cas les journalistes à s'informer par d'autres sources, le résultat de tels croisements étant tantôt cocasse, tantôt indigeste. Le recours à des scientifiques farfelus ou à des intégristes de tout bord fausse encore la tonalité de ces articles, mais il leur permet de conserver en même temps une saveur bien particulière.

- Le loup devient l'une des difficultés de l'activité pastorale

La publication du rapport parlementaire « Estrosi-Spagnou » a confirmé et amplifié le phénomène d'élargissement de la thématique du loup à celle des difficultés de l'activité pastorale. Certes, ce thème n'est pas nouveau et les nombreux rapports antérieurs (rapport Braque, Chevallier-Honde, ...) l'avaient évoqué, mais la défense du pastoralisme constitue aujourd'hui un enjeu affirmé.

« Loup et pastoralisme » constituent désormais un couple quasi-inséparable dans les documents administratifs et les déclarations des politiques, cette association gagnant progressivement le grand public et même les associations de défense.

Le loup est ainsi présenté de plus en plus comme l'une des difficultés de la filière, même si certains nuancent en affirmant qu'il s'agit « de la goutte d'eau qui fait déborder le vase ». Toujours est-il que le spectre du loup bouc-émissaire paraît aujourd'hui s'éloigner progressivement (même s'il est toujours évoqué rituellement).

En évoquant longuement le dernier rapport parlementaire (dans sa genèse, ses conclusions attendues et parfois démenties, ses prises de positions mesurées) la presse a contribué à l'**affermisssement** de nouveaux thèmes de réflexions et à l'amorce d'une **réconciliation** de positions qui bien souvent paraissaient inconciliables.

Une fois encore, l'action du chargé de communication du programme Life aura permis un élargissement et un enrichissement des supports de communication, en permettant à des hebdomadaires, des mensuels (La Vie, Témoignage Chrétien, ...) de publier un article généraliste relativement équilibré sur le thème du loup.

Avis aux lecteurs : les articles de presses ci-après ne sont pas disponibles en version numérique, ils sont joints à l'annexe 3 de l'original du rapport.