

# L'OPINION DES FRANÇAIS À L'ÉGARD DE LA CHASSE



VOTRE CONTACT IPSOS

Alice Tetaz  
[alice.tetaz@ipsos.com](mailto:alice.tetaz@ipsos.com)

GAME CHANGERS

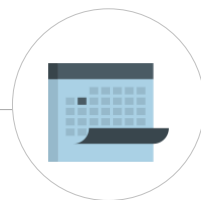


# FICHE TECHNIQUE



## ÉCHANTILLON

**1 079** personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 16 à 75 ans.



## DATE DE TERRAIN

Du 3 au 6 septembre 2021.



## MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos.

### Méthode des quotas :

appliquée au sexe, à l'âge, à la profession de l'interviewé, à la région et à la catégorie d'agglomération.

Enquête réalisée pour

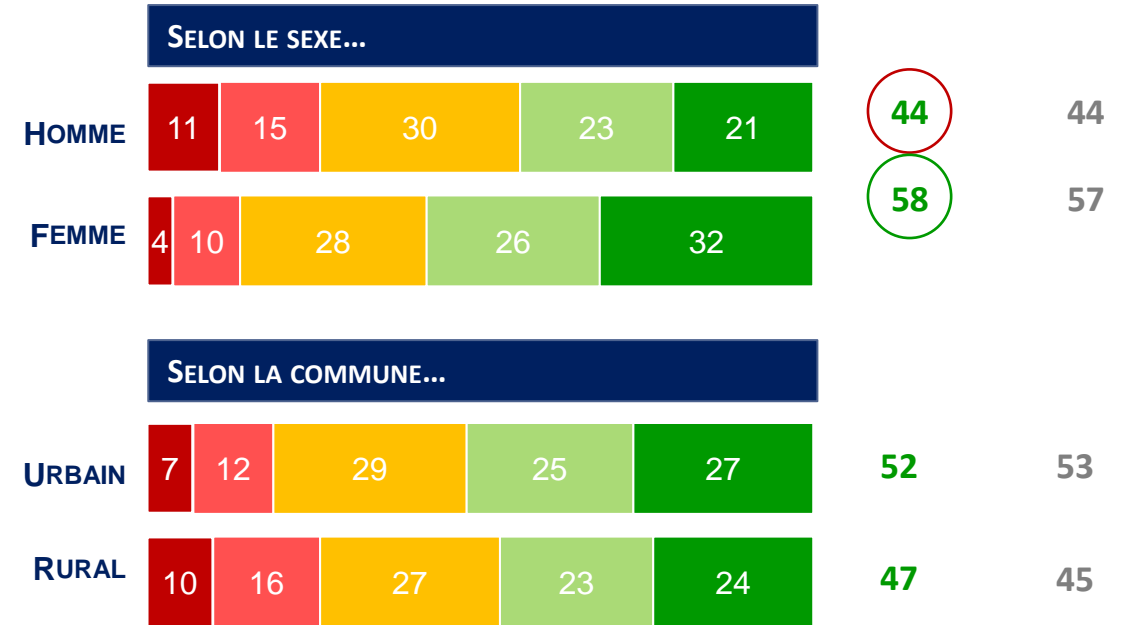
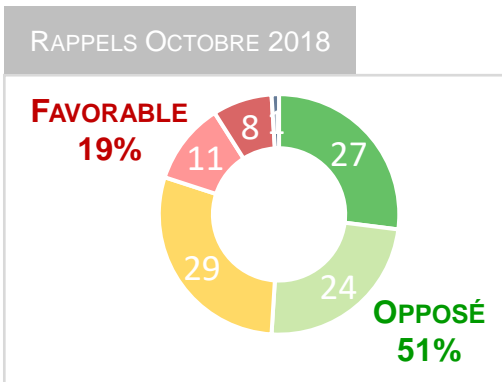
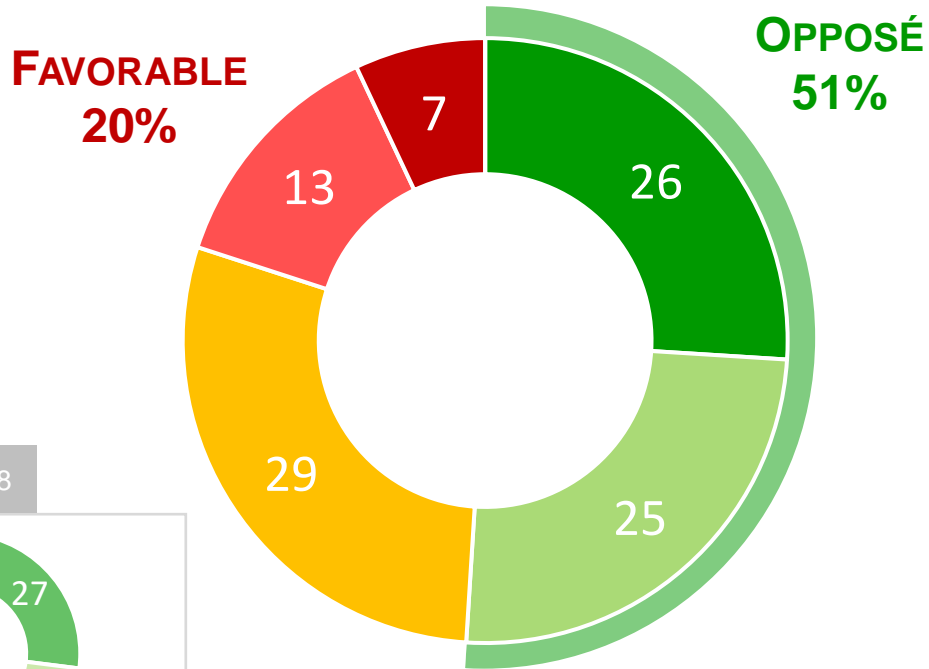


Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». *Ce rapport a été relu par Alice Tétaz, Directrice d'études (Ipsos Public Affairs).*

# L'OPPOSITION À LA CHASSE RESTE STABLE PAR RAPPORT À 2018, 1 FRANÇAIS SUR 2 Y ÉTANT OPPOSÉ; LE DIFFÉRENTIEL ENTRE RURAUX ET URBAINS S'EST LÉGÈREMENT RÉDUIT DEPUIS 2018 : PRÈS D'UN HABITANT DE MILIEU RURAL SUR DEUX EST DÉSORMAIS OPPOSÉ À LA CHASSE

Question : « D'une manière générale, diriez-vous que vous êtes favorable ou opposé à la chasse ? »

**% OPPOSÉ**    % RAPPELS OCTOBRE 2018



\*Parmi les personnes interrogées, 4 se disent chasseur/se (soit un pourcentage inférieur à 1%)

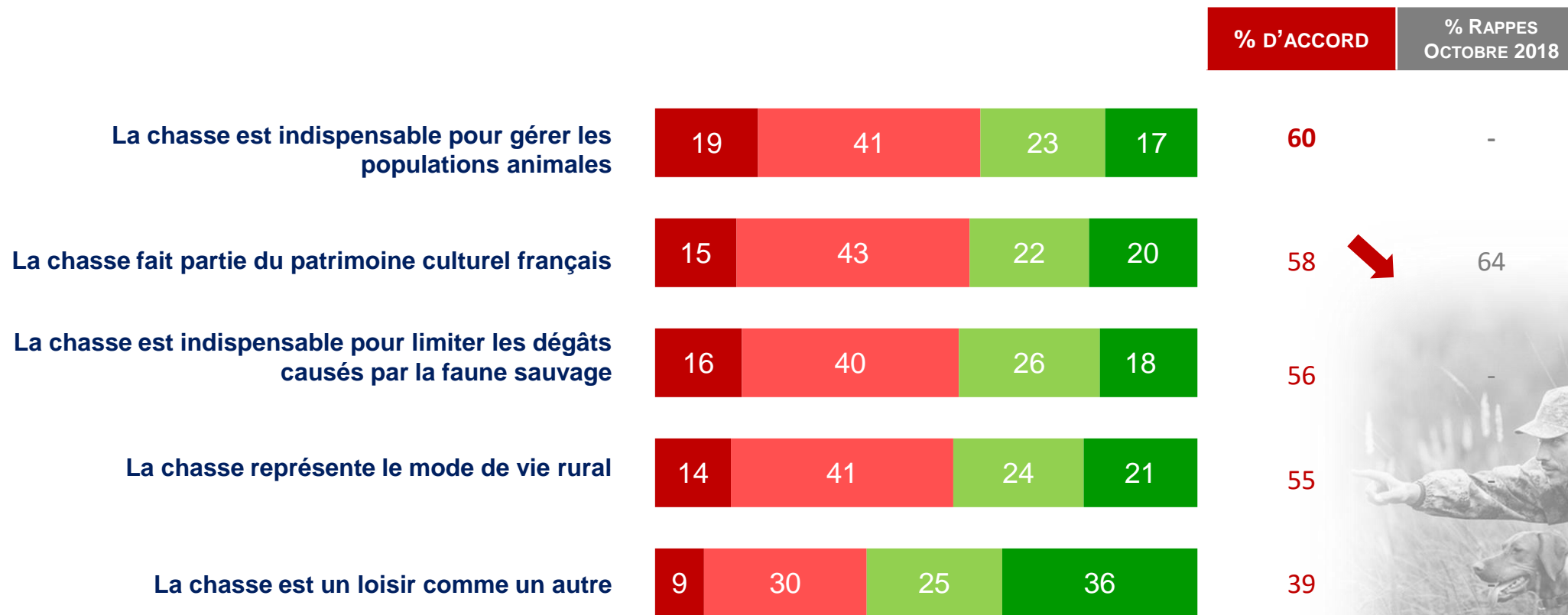


Base : Ensemble de l'échantillon - En %



# L'IDÉE SELON LAQUELLE LA CHASSE FAIT PARTIE DU PATRIMOINE CULTUREL FRANÇAIS RÉGRESSE : -6 POINTS EN 3 ANS

Question : « Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les idées suivantes ? »



Base : Ensemble de l'échantillon - En %

TOUT À FAIT D'ACCORD

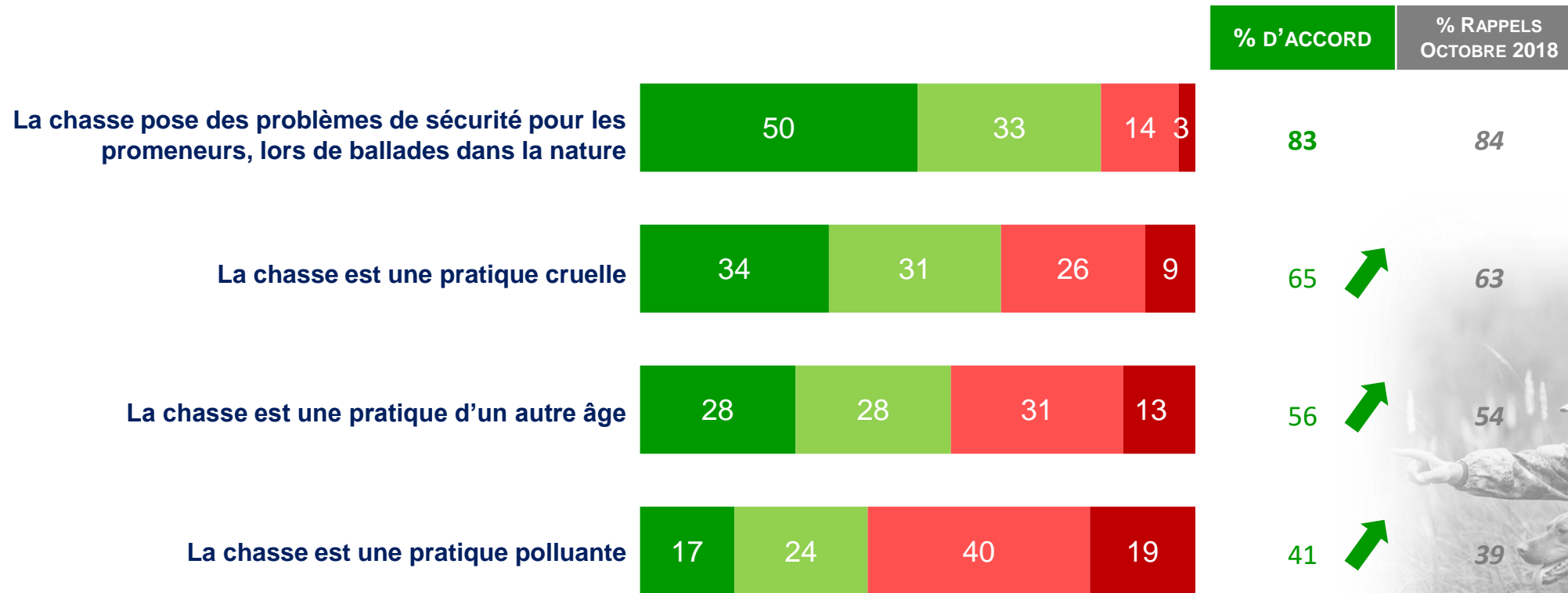
PLUTÔT D'ACCORD

PLUTÔT PAS D'ACCORD

PAS DU TOUT D'ACCORD

# DANS LE MÊME TEMPS, LA PLUPART DES ARGUMENTS CONTRE LA CHASSE PROGRESSED

Question : « Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les idées suivantes ? »



 Base : Ensemble de l'échantillon - En %



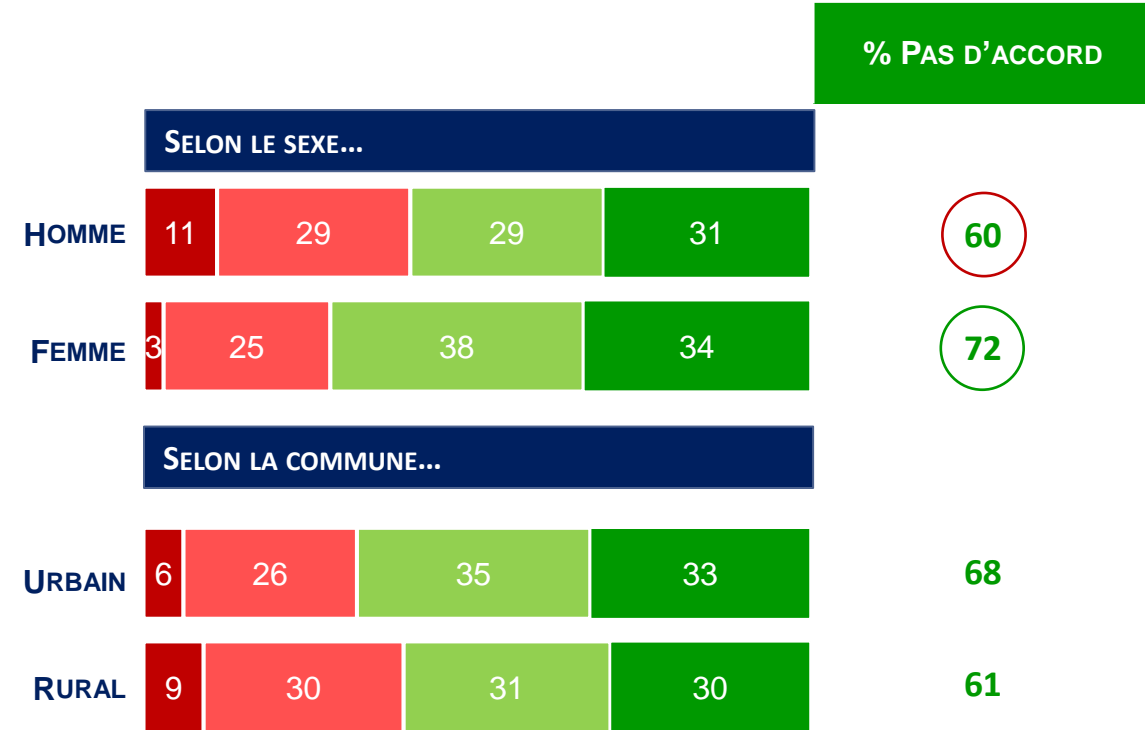
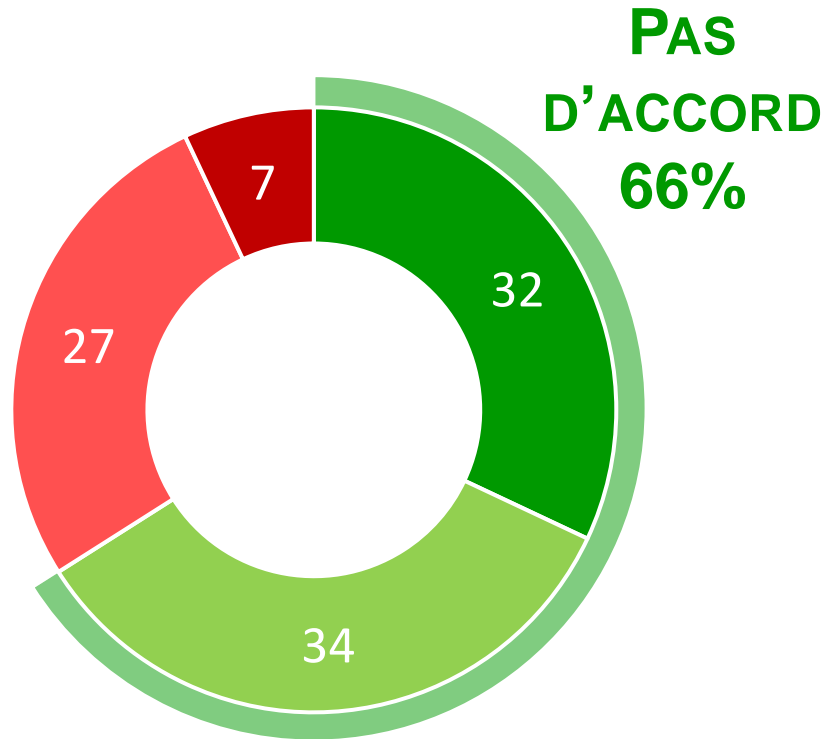
# LES ARGUMENTS ANTI-CHASSE PROGRESSED PARTICULIÈREMENT CHEZ LES HOMMES, ET EN MILIEU RURAL ; L'IDÉE SELON LAQUELLE LA CHASSE FAIT PARTIE DU PATRIMOINE CULTUREL FRANÇAIS RÉGRESSE CHEZ TOUTES LES CATÉGORIES DE POPULATION

Question : « Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les idées suivantes ? »

% D'ACCORD	ENSEMBLE		HOMME		FEMME		URBAIN		RURAL	
	2021	Evol / 2018	2021	Evol / 2018	2021	Evol / 2018	2021	Evol / 2018	2021	Evol / 2018
<b>ARGUMENTS ANTI-CHASSE</b>										
La chasse pose des problèmes de sécurité pour les promeneurs, lors de ballades dans la nature	83	-1	79	-3	88	+3	84	=	80	-1
La chasse est une pratique cruelle	65	+2	62	+1	69	+3	66	+2	64	+4
La chasse est une pratique d'un autre âge	56	+2	54	+4	58	=	59	+3	47	+2
La chasse est une pratique polluante	41	+2	44	+5	39	+1	42	+1	37	+6
<b>ARGUMENTS PRO-CHASSE</b>										
La chasse est indispensable pour gérer les populations animales	60	-	65	-	56	-	57	-	70	-
La chasse fait partie du patrimoine culturel français	58	-6	62	-8	54	-5	56	-7	62	-7
La chasse est indispensable pour limiter les dégâts causés par la faune sauvage	56	-	59	-	53	-	54	-	64	-
La chasse représente le mode de vie rural	55	-	57	-	53	-	56	-	52	-
La chasse est un loisir comme un autre	39	-	43	-	36	-	38	-	43	-

# LES DEUX TIERS DES FRANÇAIS DÉSAPPROUVENT L'IDÉE SELON LAQUELLE LES CHASSEURS SERAIENT LES PREMIERS ÉCOLOGISTES DE FRANCE

Question : « La Fédération Nationale des Chasseurs a publié une campagne qui affirme que les chasseurs sont les premiers écologistes de France. Etes-vous d'accord avec cette idée ? »

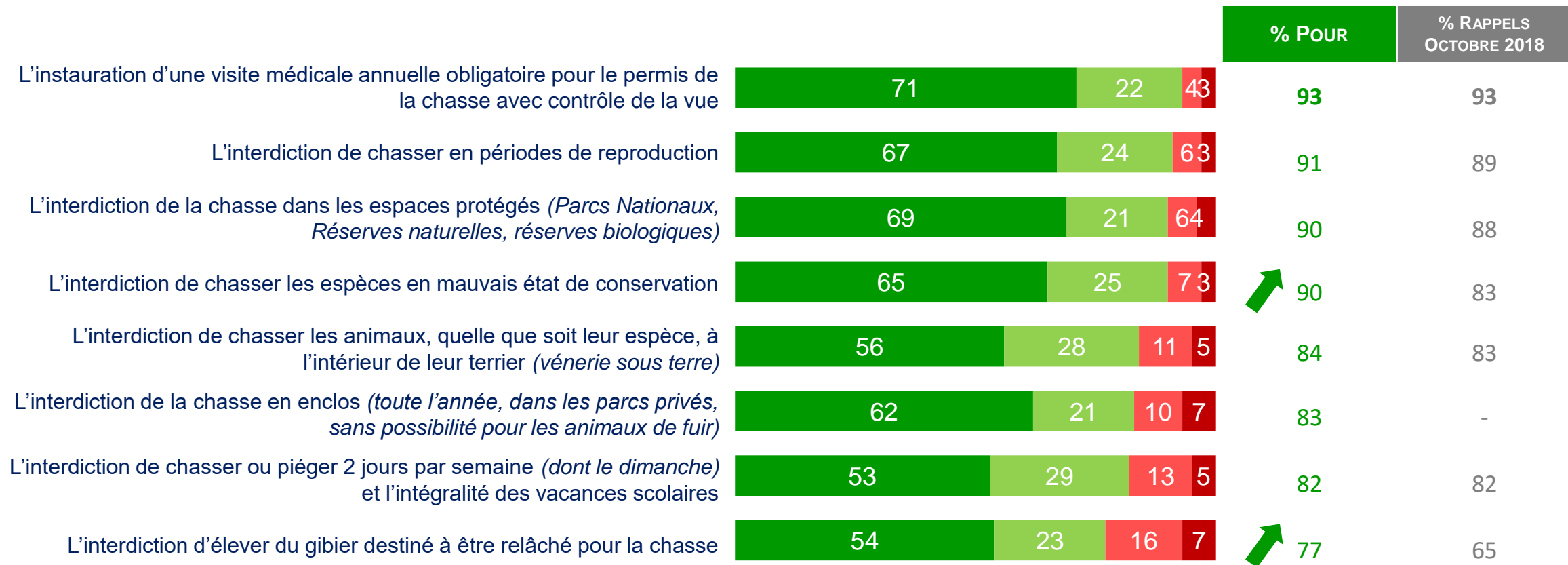


Base : Ensemble de l'échantillon - En %



# L'INSTAURATION DE MESURES CONTRAIGNANTES VISANT À ENCADRER LA CHASSE SUSCITE L'APPROBATION D'UNE GRANDE MAJORITÉ DES FRANÇAIS, EN PROGRESSION PAR RAPPORT À 2018

Question : « Etes-vous pour ou contre chacune des choses suivantes ? »



Base : Ensemble de l'échantillon - En %

TOUT À FAIT POUR

PLUTÔT POUR

PLUTÔT CONTRE

TOUT À FAIT CONTRE



# CETTE VOLONTÉ D'ENCADREMENT PLUS STRICT PROGRESSANT AUPRÈS DE TOUTES LES CATÉGORIES DE FRANÇAIS

Question : « Etes-vous pour ou contre chacune des choses suivantes ? »

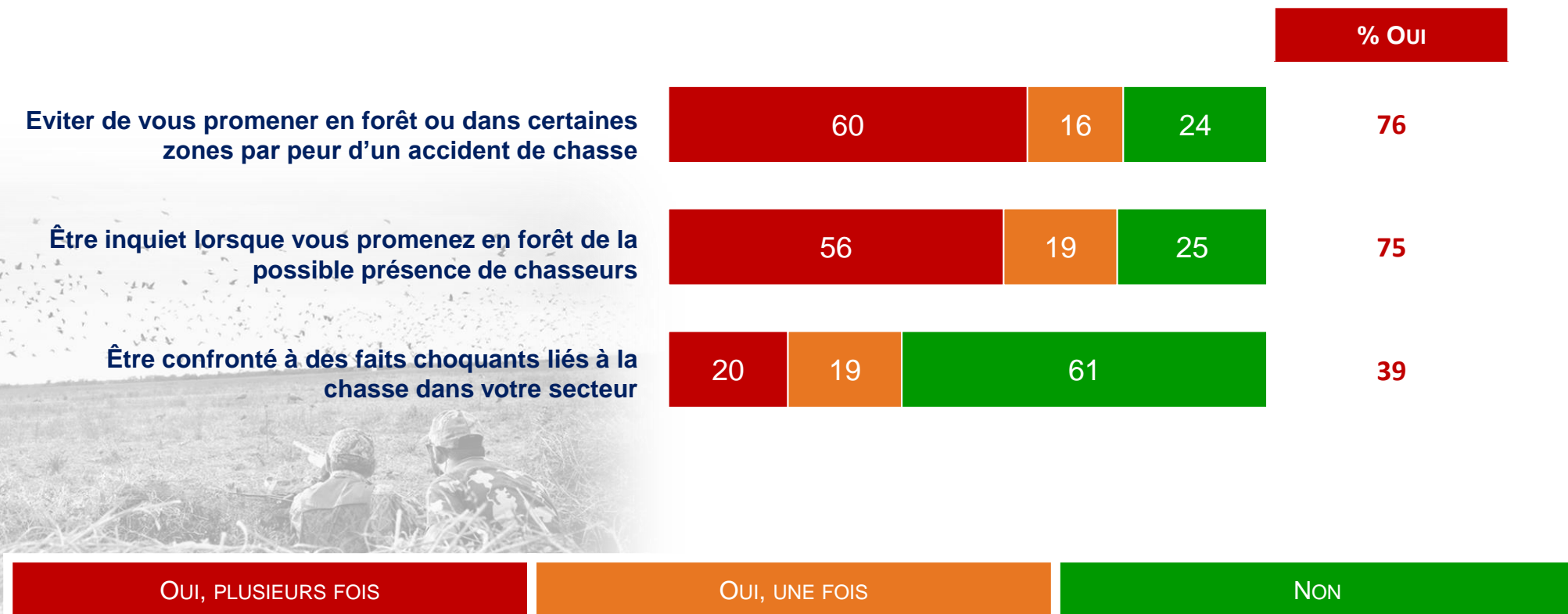
	% POUR		ENSEMBLE		HOMME		FEMME		URBAIN		RURAL	
	2021	Evol / 2018	2021	Evol / 2018	2021	Evol / 2018	2021	Evol / 2018	2021	Evol / 2018	2021	Evol / 2018
L'instauration d'une visite médicale annuelle obligatoire pour le permis de la chasse avec contrôle de la vue	93	=	92	+1	94	-1	93	=	94	+1		
L'interdiction de chasser en périodes de reproduction	91	+2	87	=	94	+4	91	+2	89	+2		
L'interdiction de la chasse dans les espaces protégés (Parcs Nationaux, Réserves naturelles, réserves biologiques)	90	+2	86	-1	93	+3	89	+1	90	+1		
L'interdiction de chasser les espèces en mauvais état de conservation	90	+7	87	+4	92	+8	90	+7	88	+4		
L'interdiction de chasser les animaux, quelle que soit leur espèce, à l'intérieur de leur terrier (vénerie sous terre)	84	+1	80	+2	88	+1	84	+1	85	+3		
L'interdiction de la chasse en enclos (toute l'année, dans les parcs privés, sans possibilité pour les animaux de fuir)	83	-	79	-	87	-	83	-	83	-		
L'interdiction de chasser ou piéger 2 jours par semaine (dont le dimanche) et l'intégralité des vacances scolaires	82	=	77	-6	87	+5	83	=	81	+1		
L'interdiction d'élever du gibier destiné à être relâché pour la chasse	77	+12	73	+12	82	+13	76	+10	82	+21		



Base : Ensemble de l'échantillon - En %

# PARMI LES FRANÇAIS HABITANT PRÈS D'UNE ZONE DE CHASSE, LES TROIS-QUARTS DÉCLARENT ADAPTER LEUR COMPORTEMENT DU FAIT DE LA PRÉSENCE DES CHASSEURS

Question : « Avez-vous déjà rencontré les situations suivantes ? »



Base : A ceux qui habitent à proximité de zones de chasse- En %

## A NOTER QUE LES FEMMES SONT, PLUS SOUVENT QUE LES HOMMES, INQUIÈTENT LORSQU'ELLES SONT PROCHES D'UNE ZONE DE CHASSE

Question : « Avez-vous déjà rencontré les situations suivantes ? »

	% OUI				
	ENSEMBLE	HOMME	FEMME	URBAIN	RURAL
Eviter de vous promener en forêt ou dans certaines zones par peur d'un accident de chasse	76	71	82	77	76
Être inquiet lorsque vous promenez en forêt de la possible présence de chasseurs	75	70	80	76	73
Être confronté à des faits choquants liés à la chasse dans votre secteur	39	44	34	40	37



Base : A ceux qui habitent à proximité de zones de chasse- En %

# ANNEXES



# NOS ENGAGEMENTS

## Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** ([www.syntec-etudes.com](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS : ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

## EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

## LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

## EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

# A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Ile-de-France since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :  
« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE\*** »

\*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.