



MASTER TOURISME

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

Les défis contemporains des parcs animaliers : Entre respect de l'animal et viabilité économique L'exemple des parcs zoologiques marins

Présenté par :

Pauline Breton

Année universitaire : **2024 – 2025**

Sous la direction de : Emmanuel SALIM



MASTER TOURISME

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

Les défis contemporains des parcs animaliers : Entre respect de l'animal et viabilité économique L'exemple des parcs zoologiques marins

Présenté par :

Pauline Breton

Année universitaire : **2024 – 2025**

Sous la direction de : Emmanuel SALIM

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

« Les animaux, eux, ont une pureté que l'Homme a définitivement perdue. »

Brigitte Bardot

« The lower animals, like man, manifestly feel pleasure and pain, happiness and misery. »

Charles Darwin (1871)

REMERCIEMENTS

Mes premiers remerciements sont tout d'abord adressés à mes proches, qui ont toujours été présents, à l'écoute et qui m'aident à dépasser mes limites chaque jour. Merci à ma mère qui m'accompagne et m'encourage dans cette reprise d'études.

Je tiens également à remercier mon maître de mémoire, Emmanuel Salim, qui s'est montré réactif et qui a su m'aider à mettre de l'ordre dans mes idées durant la rédaction de ce premier mémoire de recherche.

Enfin, je remercie toutes les personnes qui m'ont accordé de leur temps pour répondre à mes questions lors des entretiens exploratoires.

SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE	8
PARTIE I : ENTRE TOURISME ET RESPECT DU BIEN-ÊTRE ANIMAL : DES CHANGEMENTS DE PERCEPTIONS ET DE PRATIQUES.....	11
INTRODUCTION PARTIE I :	12
CHAPITRE I : DEFINITIONS ET ESSOR DU TOURISME ANIMALIER	13
CHAPITRE II : L'ÉVOLUTION DES PERCEPTIONS : UNE PRISE DE CONSCIENCE ?	23
CHAPITRE III : LES DEFIS ACTUELS DES PARCS ZOOLOGIQUES MARINS : ENTRE RENTABILITE, RESPECT DU BIEN-ETRE ANIMAL ET NOUVELLES NORMES LEGISLATIVES	30
CONCLUSION PARTIE I.....	36
PARTIE II : L'ADAPTABILITE DES PARCS MARINS	38
INTRODUCTION PARTIE II :	39
CHAPITRE I : EXEMPLES DE TROIS PARCS ZOOLOGIQUES MARINS EMBLEMATIQUES.....	40
CHAPITRE II : LES ACTEURS DES PARCS MARINS PERÇOIVENT LES NOUVELLES NORMES ET LES CHANGEMENTS SOCIAUX COMME UN FREIN.....	45
CHAPITRE III : LES VISITEURS DES PARCS MARINS SONT AUJOURD'HUI MOTIVES PAR UN AUTRE TYPE DE DIVERTISSEMENT, PLUS EDUCATIF OU IMMERSIF	49
CHAPITRE IV : LA METHODOLOGIE DES HYPOTHESES	53
CONCLUSION PARTIE II.....	57
PARTIE III : TERRAIN D'APPLICATION : NOS RECHERCHES SUR LE PARC MARINELAND (ANTIBES).....	60
INTRODUCTION PARTIE III.....	61
CHAPITRE I : MARINELAND (ANTIBES), ENTRE REPOSITIONNEMENT ET FERMETURE	62
CHAPITRE II : METHODOLOGIE APPLIQUEE ET PREMICES DE RESULTATS	66
CHAPITRE III : LIMITES METHODOLOGIQUES ET PISTES D'AMELIORATION	73
CONCLUSION PARTIE III	76
CONCLUSION GÉNÉRALE :.....	77
BIBLIOGRAPHIE :	80
TABLE DES ANNEXES :	85
TABLE DES FIGURES :	104
TABLES DES MATIÈRES :	105

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Le tourisme animalier, une pratique qui s'est développée au fil du temps pour répondre à une fascination des sociétés humaines pour les animaux sauvages et exotiques. Bien qu'il constitue un véritable phénomène structuré dans les années 1970-1980, ce n'est qu'à partir des années 1990 qu'il devient un objet d'étude sur lequel les scientifiques se penchent. Les premières recherches s'intéressent à ses dimensions économiques, culturelles, mais aussi éthiques, comme en témoigne l'ouvrage de David Beaumont, *The Business of Wildlife Tourism* (1997), qui énonce les différentes formes de tourisme qui impliquent des animaux.

Au fil des décennies, ce type de tourisme a connu une croissance notable, accompagnée par une volonté grandissante de proposer des expériences spectaculaires aux visiteurs, souvent axées sur la nouveauté, l'émotion et la proximité avec des animaux hors du commun. Si certaines structures comme le parc zoologique de Beauval revendiquent un rôle de sensibilisation et de conservation, d'autres, en revanche, sont de plus en plus critiquées pour leurs pratiques parfois jugées irrespectueuses envers le bien-être animal.

Parmi les établissements qui sont au cœur de tensions et de polémiques : les parcs zoologiques marins. Longtemps perçus comme des lieux de loisirs, ils font désormais l'objet d'une remise en question alimentée par les campagnes d'associations militantes (PETA, One Voice, C'est Assez !), les réseaux sociaux, les médias, ou encore par des documentaires comme *Blackfish* (2013), qui mettent en lumière les conditions de vie des orques dans les parcs de la société SeaWorld.

Ces critiques ont contribué à une prise de conscience collective quant au bien-être animal en milieu captif. La captivité des cétacés (orques, dauphins), dressés à des fins commerciales et de divertissement depuis les années 1960, fait l'objet de nombreux avis controversés. En avril

2024, ce ne sont pas moins de 184 orques qui ont péri en captivité à travers le monde. Selon un article publié dans la revue scientifique *Marine Mammal Science*, les orques en captivité ne vivent en moyenne que 29,3 ans, contre 50 à 80 ans pour les orques sauvages. Cette différence notable soulève alors des questions sur les conditions de vie des cétacés retenus en captivité.

En France, l'évolution des perceptions s'inscrit dans un contexte juridique en mutation, notamment marqué par la loi n°2021-1539 du 30 novembre 2021, qui interdit la reproduction et les spectacles des cétacés à des fins commerciales. Parallèlement, en février 2015, les animaux sont reconnus comme des êtres vivants doués de sensibilité (loi n°2015-177). Pour perdurer, les parcs sont donc confrontés à repenser leur modèle et à imaginer de nouvelles formes d'expériences touristiques, plus respectueuses de l'animal : réaménagement des enclos, prévention éducative, sanctuaires, réalité virtuelle...

Cependant, cette transition vers un modèle plus éthique n'est pas si simple. Certains parcs comme Loro Parque ou SeaWorld ont réussi à adapter leur offre en combinant pédagogie et divertissement, quand d'autres, comme le parc Marineland (Antibes), peinent à se réinventer et subissent ces mutations. Tous ces cas concrets soulèvent alors plusieurs questions : peut-on encore justifier l'exploitation de certaines espèces d'animaux sauvages à des fins de divertissement ? Les parcs zoologiques marins, pointés du doigt pour leurs pratiques, peuvent-ils être économiquement viables tout en se réorientant vers un modèle plus éthique ? À quels défis sont-ils confrontés ?

C'est dans ce cadre que s'inscrit notre question de départ : les parcs zoologiques marins peuvent-ils être des lieux de divertissement et respectueux du bien-être animal ?

Pour tenter de répondre à cette question, ce mémoire s'organise en trois grandes parties :

La première partie permettra une mise en contexte historique et conceptuelle du tourisme animalier, en retraçant les fondements de sa popularité, de son évolution et de la place de l'animal dans l'industrie touristique.

Dans la deuxième partie, nous évoquerons la problématique choisie pour cette étude et nous analyserons les différentes mutations notables à ce jour à travers une étude comparative de trois parcs emblématiques : SeaWorld (États-Unis), Loro Parque (Espagne) et Marineland (France).

Enfin, la troisième et dernière partie sera quant à elle centrée sur le cas de Marineland Antibes, notre terrain d'étude principal. Elle détaillera également notre méthodologie de recherche, les résultats de deux hypothèses ainsi que les difficultés et pistes d'amélioration de cette étude.

**PARTIE I : ENTRE TOURISME ET RESPECT DU
BIEN-ÊTRE ANIMAL : DES CHANGEMENTS DE
PERCEPTIONS ET DE PRATIQUES**

INTRODUCTION PARTIE I :

Le tourisme animalier connaît un certain essor depuis le milieu du XXe siècle. Il est le reflet d'une relation complexe et évolutive entre l'Homme et l'animal. Initialement connu pour ses activités exotiques et spectaculaires, le secteur du tourisme animalier est aujourd'hui confronté à des préoccupations croissantes au sujet du respect du bien-être animal. Cette première partie de notre étude se penchera sur les débuts et les mutations de cette forme de tourisme en ciblant spécifiquement le cas des parcs zoologiques marins.

Dans un premier chapitre, nous définirons le terme « tourisme animalier » ainsi que les différentes manières de le pratiquer. Nous parlerons de son attractivité à ses débuts, depuis les ménageries jusqu'à l'émergence des parcs modernes. Nous parlerons également de la place de l'animal dans l'industrie touristique à travers les époques et du développement des premiers parcs marins, axés sur le divertissement dans un modèle économique.

Dans un second chapitre, nous aborderons l'évolution des perceptions du public et le rôle de l'imaginaire collectif dans l'attrait pour les spectacles d'animaux et la promiscuité avec eux. Puis, nous analyserons les différentes pressions externes que peuvent connaître les parcs, comme la montée des critiques vis-à-vis des conditions de vie des animaux en captivité.

L'objectif de cette première partie est de comprendre la trajectoire du tourisme animalier, depuis ses origines jusqu'aux défis contemporains, afin de contextualiser les enjeux spécifiques liés à la captivité des animaux marins et les voies de transformation possibles pour ce secteur.

Chapitre I : Définitions et essor du tourisme animalier

1. Les définitions du tourisme animalier

Parler du tourisme animalier soulève tout d'abord de définir ce qu'est le tourisme. De par sa variété de définitions, le tourisme reste un phénomène difficilement définissable en un seul terme mais selon l'OMT :

« Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui suppose des mouvements de personnes vers des pays ou des lieux situés en dehors de leur environnement habituel intervenant pour des motifs personnels ou pour affaires et motifs professionnels. »¹

Il continue d'évoluer avec la création d'autres formes, l'évolution de certaines pratiques, et bien sûr, les motivations des touristes qui ne cessent d'évoluer. Ces motivations, qui poussent les touristes, les excursionnistes ou les voyageurs à partir de leur environnement à la recherche de nouveaux horizons, varient et évoluent selon les époques et les individus.

La vacance des grandes valeurs crée la valeur des grandes [...] - Edgar Morin

Cette citation d'Edgar Morin met en évidence le relâchement et la détente que représentent les vacances. Les individus sont alors délestés de toutes les contraintes du quotidien pour faire place aux grandes valeurs, celles du plaisir, de la découverte, du voyage. On parle également de la théorie des 3D : détente, divertissement, développement personnel.² Au fil des années, le secteur du tourisme s'est développé, laissant place à de nouvelles formes, plus divertissantes, plus spectaculaires, plus exotiques. Le tourisme animalier, en plein essor depuis le milieu des années 1960, a pourtant vu le jour bien avant, même si le terme n'était pas encore utilisé. Initialement réservé à une population d'élite, il s'est

¹ONU Tourisme <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme> - Consulté le 5 janvier 2025

² BESSIERE Jacinthe, 2024, « Cours de sociologie du tourisme »

progressivement démocratisé devenant une forme de tourisme accessible à un grand nombre d'individus. On notera que cette fascination pour les animaux sauvages exotiques remonte à l'époque victorienne durant laquelle les ménageries étaient en vogue. « On y voyait notamment un éléphant dans une cage si petite qu'il pouvait à peine se retourner » d'après Thomas Rowlandson (1757-1827) (la grande histoire de ce que nous devons aux animaux. Brian Fagan, 2015 (p. 337). Durant cette période où l'animal était loin d'être respecté et considéré comme « un être vivant doué de sensibilité », il est évident que les animaux étaient au service de l'Homme uniquement pour le divertissement de la population et pour l'intérêt économique qui pouvait s'en écouler, comme en témoigne le modèle des cirques.

Pour cette étude, il est important de définir et de rappeler les différentes formes du tourisme animalier. Zoos, parcs zoologiques, jardins zoologiques, parcs animaliers, réserve animalière... Différents termes existent pour parler d'un lieu qui abrite des espèces animales. Si le terme « zoo » est en réalité l'abréviation de parc (ou jardin) zoologique et qu'il désigne un lieu où des animaux sont en captivité, il en est autre chose pour le terme « parc animalier qui lui, désigne un lieu dans lequel les visiteurs peuvent observer les animaux dans un environnement plus naturel offrant ainsi une expérience plus immersive. Les parcs sont également davantage réputés pour leur volonté à sensibiliser le public et à conserver des espèces menacées dans leur habitat naturel.

Ménagerie : Ensemble d'animaux de toutes espèces réunis pour l'étude ou pour la présentation en public. (Larousse)

Parc zoologique : Lieu public où sont présentés aux visiteurs des animaux en captivité ou en semi-liberté et appartenant à des espèces exotiques ou rares. (Synonyme : zoo.) (Larousse)

Safari : Terme signifiant « voyage » en swahili (langue originaire de Tanzanie) est utilisé pour désigner une activité touristique dans les pays

d'Afrique qui consiste à observer la faune dans leur habitat naturel (Larousse)

Tourisme animalier passif : Observation respectueuse de la faune sauvage dans son milieu naturel sans interaction directe.³

Tourisme animalier actif : Interaction directe entre l'Homme et l'animal souvent dans un cadre contrôlé. La baignade avec les dauphins, les balades à dos de chameaux ou encore à dos d'éléphant en sont des exemples concrets (Ibid).

Considérés aujourd'hui comme des lieux mettant l'accent sur le bien-être animal, ils ont comme mission principale : la préservation, voire la réintroduction des espèces menacées d'extinction. Pourtant, certains parcs animaliers sont confrontés à des critiques controversées comme le cas des parcs zoologiques marins, qui feront l'objet de ce mémoire.

1.1. Les fondements de la domestication de la faune sauvage

Rappelons tout d'abord les différences entre les animaux sauvages et les animaux domestiques.

Animaux sauvages : Se dit d'une espèce animale non domestique, vivant en liberté dans la nature ou d'un animal difficile à apprivoiser (Larousse)

Animaux domestiques : Se dit, par opposition à sauvage, d'un animal qui vit dans l'entourage de l'homme et qui a été dressé à des degrés divers d'obéissance selon les espèces, en vue d'obtenir une production, un service ou un agrément. (Larousse)

Mais tous les animaux domestiques ne sont pas forcément domestiques, certains sont des animaux sauvages apprivoisés⁴. Comme à l'époque moderne durant laquelle il était courant pour l'aristocratie de captiver des

³Tourisme en transition – 24 août 2020 - <https://tourisme-en-transition.fr/dossier-mise-en-tourisme-de-la-vie-sauvage-des-specialistes-du-sujet-partagent-leurs-bonnes-pratiques/> - Consulté le 12 décembre 2024

⁴ Apprivoiser : Rendre moins farouche, plus traitable, plus docile un animal sauvage, le domestiquer. (Larousse)

animaux à l'origine sauvages, pour en faire des animaux domestiques proche de l'Homme.⁵

Si les deux définitions se distinguent par le fait qu'initialement, les animaux sauvages n'ont pas d'interaction directe avec l'Homme, il est essentiel de parler des motivations qui poussent à la domestication des animaux. Datant de plusieurs millénaires, la domestication des animaux domestiques a de toute évidence été essentielle au développement de nos sociétés humaines. L'élevage permettait de répondre aux besoins alimentaires mais était également utile pour le transport et l'agriculture, des domaines dans lesquels les animaux jouaient un rôle très important. Les objectifs de la domestication se résumaient donc à l'aide au travail, à la production de textiles, à la production alimentaire et à la compagnie. En ce qui concerne les animaux sauvages, cela remonte à l'Égypte antique, au temps où les pharaons capturaient des animaux exotiques comme des singes ou encore des lions uniquement dans le but de démontrer leur puissance et leur pouvoir. Dans son histoire, l'Homme s'est approprié le droit de pouvoir se servir des animaux comme il le souhaitait. L'animal était utile à de nombreuses activités soumis aux désirs de l'Homme (L'homme et l'animal, Combes Cl. Et Guittou Ch, 1999 p.82-85). À l'époque romaine, pour montrer le courage et la supériorité humaines, des combats appelés « bestiarii » étaient organisés impliquant des gladiateurs et des animaux sauvages tels que des fauves, des ours et autres espèces. Le but étant de les maîtriser ou de les tuer, ces actes démontrent une volonté d'être supérieur à l'animal. C'est au Moyen Âge que les ménageries, principalement réservées à une clientèle d'élite se multiplient en Europe. La faune sauvage éveille de la fascination et de la curiosité, ce qui va rapidement faire naître des établissements dédiés à la recherche et au divertissement impliquant des animaux sauvages.

⁵La chaire bien-être animal – publié le 12 novembre 2024 - La domestication animale au cours de l'histoire - <https://chaire-bea.vetagro-sup.fr/la-domestication-animale-au-cours-de-lhistoire/> - Consulté le 21 mars 2025

Les parcs zoologiques se sont peu à peu développés à partir du XIXe siècle entraînant la domestication progressive de la faune sauvage et contrairement aux animaux domestiques qui répondaient à des enjeux économiques et pratiques, la domestication des animaux sauvages est quant à elle motivée par la volonté de divertir un public et à des fins de recherche.

2. La place de l'animal dans l'industrie touristique

L'industrie touristique considère principalement les animaux sauvages comme une ressource commerciale (Fennell, 2011). Selon l'[ONG World Animal Protection](#) (WAP), le tourisme de la faune sauvage génère chaque année environ 225 millions d'euros et constitue une source de revenus non négligeable pour les pays en développement. Mais tout n'est pas rose dans ce secteur en pleine expansion. Ce ne seraient pas moins de 550 000 animaux qui souffriraient de conditions de vie misérables à travers le monde à cause du boom du tourisme animalier.⁶ Les animaux ont occupé différentes places dans l'industrie touristique à travers les époques. Si de l'Antiquité au Moyen Age, les animaux étaient utilisés pour divertir la noblesse à travers des spectacles, il en était de même à la Renaissance où les animaux découverts lors de voyages, étaient ramenés dans les villes européennes pour être montrés à une population d'élite, friands d'exotisme. Cette fascination pour la faune sauvage marque le début du tourisme animalier et de la commercialisation. C'est en 1793 que le premier zoo a vu le jour à Paris. (HARDOUIN Elisabeth, BARATAY Éric, 1998, Zoos. Histoire des jardins zoologiques en Occident (XVIe-XXe siècle), Editions La Découverte). Le Jardin des plantes devient un lieu ayant pour but l'éducation du public ainsi que la recherche scientifique. Les animaux présents sont en fait des animaux de ménageries, très populaire à cette époque. Au 19^e siècle, les avancées dans le domaine du transport ont facilité l'accès au voyage et de fait, la découverte d'autres

⁶ YouMatter – publié le 29 septembre 2020 - <https://youmatter.world/fr/categorie-environnement/tourisme-animalier-derives-respect-bien-etre/> Tourisme animalier : les dérives d'un marché mondial – Consulté le 23 mars 2025

lieux abritant des animaux exotiques. Le tourisme animalier connaît un accroissement avec la multiplication de zoos. Londres ouvre son premier zoo en 1826 et le reste de l'Europe suivra cette lancée les années suivantes. Aux États-Unis, ils n'apparaîtront qu'au cours de la seconde moitié du XIX^e siècle avec celui de Philadelphie en 1859. À cette période, des lieux sont essentiellement construits à des fins de recherches scientifiques sur les animaux et les visiteurs, de simples touristes curieux de découvrir la diversité d'une faune sauvage exotique (Ibid).

C'est au 20^e siècle, avec une montée accrue des motivations exotiques des touristes que les premiers spectacles animaliers voient le jour dans les parcs. Les animaux sont ainsi utilisés à des fins commerciales. La demande est forte et les retombées économiques importantes. Dans les années 1980, on note une hausse de l'intérêt des touristes pour le tourisme animalier.⁷ En Nouvelle Zélande par exemple, le nombre de visiteurs venus observer les baleines serait passé de 6000 à 90 000 en l'espace de 20 ans (PIHET Christian, 2007, Venir voir les animaux : faune sauvage et développement des territoires touristiques).

Cependant, l'éthique de l'animal n'est pas la priorité dans une industrie favorisant les retombées économiques. Les conditions y sont souvent mauvaises, les enclos pas adaptés au mode de vie des animaux, utilisés pour le divertissement du public.⁸ Petit à petit, les parcs comme Disneyland commencent à intégrer ces pratiques avec notamment, la présence de dauphins et d'otaries. Des spectacles qui attirent fortement la clientèle, curieuse d'assister à ces activités hors du commun. Ce n'est qu'à la fin du 20^e siècle et le début du 21^e que les préoccupations au sujet de l'éthique animal commencent à apparaître constituant pour les parcs, des enjeux. Des associations soucieuses du bien-être animal comme « One Voice » apparue en 1995, commence à militer contre cette

⁷UNIVERSALIS - <https://www.universalis.fr/encyclopedie/zoo/> - Consulté le 19 février 2025

⁸ National Geographic - Tourisme animalier : la grande illusion -

<https://www.nationalgeographic.fr/animaux/2019/05/tourisme-animalier-la-grande-illusion> - Consulté le 14 janvier 2025

industrie qui exploiterait les animaux pour la satisfaction et le divertissement des visiteurs. Cette prise de conscience sur l'envers du décor de ces lieux touristiques voit peu à peu le jour et laisse peu à peu, place à un tourisme plus responsable.

Les safaris, prometteurs d'un tourisme animalier passif, valorisent une découverte immersive des animaux dans leur habitat naturel. Ce qui provoquerait moins d'impact sur le bien-être animal contrairement aux parcs dans lesquels ils demeurent captifs. Cependant, d'après des études, le tourisme d'observation aurait lui aussi, un impact considérable sur le comportement des animaux et leur bien-être comme le témoigne Chaitanya Chaitanya Suárez-Rojas, Matías M. González Hernández et Carmelo J. León dans leur article scientifique publié dans la revue *Tourism Management Perspectives* « Sustainability in whale-watching: A literature review and future research directions based on regenerative tourism ». Cette forme de tourisme pourrait augmenter leur stress ou encore perturber leur cycle de reproduction. Le tourisme d'observation serait alors une forme de tourisme à conceptualiser car elle aurait en effet des effets négatifs sur la faune mais simplement pas immédiats.

Aujourd'hui, le secteur du tourisme de la vie sauvage représente 3,9% du PIB sur les 10% que représente l'industrie du voyage et du tourisme.⁹

3. Les premiers parcs marins et leur essor : Un modèle touristique et commercial

Initialement conçus pour étudier le comportement des animaux marins, les parcs marins étaient principalement destinés à la recherche biologique. Mais, pour répondre à l'augmentation de l'intérêt pour les loisirs animaliers, les parcs se sont peu à peu positionnés sur un aspect commercial et touristique. En 1861, le Barnum's American Museum (New

⁹ Fondation sur la recherche sur la biodiversité - Tourisme animalier : quelles conséquences pour la faune sauvage ? - <https://www.fondationbiodiversite.fr/tourisme-animalier-queelles-consequences-pour-la-faune-sauvage/> Consulté le 3 janvier 2024

York) expérimente la captivité de deux bélugas capturés dans le fleuve Saint Laurent (Canada) et transportés en train jusqu'à New York.

En 1938, le premier delphinarium commercial ouvre ses portes en Floride. Le parc Marine Studios Delphinarium de Saint Augustine abrite à l'époque deux bélugas ainsi que des dauphins. Plus de 20 000 touristes visitent le parc, notamment pour observer les dauphins qui deviennent alors la principale attraction du parc. Initialement conçu pour la prise de vue sous-marine pour la réalisation de films, le parc devient un lieu de loisir. Le principal objectif était de faire découvrir le monde marin, à cette époque peu connue du public. Ces parcs ont suscité la curiosité du public pour les animaux exotiques, ce qui a progressivement encouragé les acteurs de ces établissements à proposer des spectacles divertissants. Le modèle économique de ce parc a généré une forte inspiration et a ainsi participé à la création de plusieurs autres parcs partout dans le monde et petit à petit, ces parcs sont devenus viraux de par leurs activités exotiques et hors du commun. Cela a également soutenu l'économie locale tels que la restauration et l'hébergement. Les spectacles de dauphins et d'orques sont alors devenus « l'activité phare » devenant ainsi la principale source de revenu pour les parcs. L'image des parcs, construite sur les spectacles des cétacés a alors suscité une motivation croissante de découverte hors du commun dans l'esprit des visiteurs. À cette époque, ce sont des millions de visiteurs qui viennent assister aux spectacles chaque année.

Les spectacles de cétacés ont tellement eu de succès qu'un nouveau parc qui deviendra par la suite une chaîne de plusieurs parcs, décide de proposer des spectacles de cétacés ayant une interaction directe avec les dresseurs. Le parc de SeaWorld San Diego, qui verra le jour en 1964.

Au Canada, c'est l'aquarium de Vancouver qui fut le premier aquarium à garder des bélugas en captivité, en 1967. La popularité de ce type de

parcs s'explique également par le succès du film Flipper le dauphin, sorti en 1963.¹⁰

Au fil des années, les parcs marins se sont multipliés sur plusieurs continents comme l'Europe et l'Amérique du Nord. Les visiteurs, principalement motivés par les spectacles se multiplient chaque année et les parcs ne cessent d'améliorer leurs prestations avec de plus en plus d'interaction avec les cétacés. En France, le premier parc zoologique marin verra le jour en 1970 avec le parc Marineland situé à Antibes¹¹.

Le succès croissant de ces lieux devenus lucratifs et touristiques s'explique par plusieurs facteurs :

- les spectacles de cétacés : Les spectacles de dauphins et d'orques sont non seulement devenus l'activité phare mais aussi le symbole de ces parcs. Le public, à la recherche de nouvelles expériences trouve à cette époque, fascinant le fait de pouvoir observer une telle interaction entre les dresseurs et les cétacés.
- les expériences interactives hors du commun et exotiques : Les parcs ont peu à peu compris l'intérêt du public envers les cétacés et ont proposé des interactions entre les visiteurs et les animaux marins. L'objectif étant d'offrir une expérience unique et de toucher l'émotionnel dans l'esprit du consommateur.
- les infrastructures touristiques : la forte fréquentation a poussé les parcs à construire des infrastructures pour accueillir sa clientèle et à satisfaire leurs besoins. Hôtels, restaurants, magasins de souvenirs...Tous ces aménagements ont ainsi contribué à la rentabilité et aux fortes retombées économiques des parcs.

¹⁰Code animal – Delphinarium, toute une vie dans un bocal - <https://www.code-animal.com/les-campagnes-code-animal/campagne-delphinariums/> - Consulté le 2 janvier 2025

¹¹ C'est Assez ! - Cétacés en captivité, comment tout a commencé : <https://www.cestassez.fr/2021/05/22/cetaces-en-captivite-comment-tout-a-commence/> - Consulté le 2 janvier 2025

- le marketing et la publicité : Les parcs ont peu à peu eu recours au marketing en mettant en place des campagnes de publicité à travers des affiches, des documentaires télévisés...

Le succès économique des parcs animaliers repose en grande partie sur le franc succès des spectacles d'orques, dauphins ou encore de bélugas. Selon le rapport de l'ONG WAP¹² (2019), 336 parcs marins détiennent des cétacés à travers 54 pays et près de 50 dauphins et 12 orques sont décédés dans les delphinariums français depuis l'ouverture du premier parc marin en métropole, Marineland (1970). Ces structures seraient-elles désormais confrontées à de nouveaux défis nécessitant de repenser leurs pratiques et leur perception du bien-être animal ? Devraient-elles envisager de se réinventer en impliquant davantage l'éthique animale dans leurs prestations ?

¹² WAP : World Animal Protection

Chapitre II : L'évolution des perceptions : Une prise de conscience ?

Dans ce chapitre nous allons évoquer les changements observés au cours des dernières années concernant le bien-être animal dans les milieux captifs et les répercussions que cela peut causer sur le tourisme animalier.

1. L'exotisme dans l'imaginaire collectif : la quête de nouveauté

L'imaginaire joue un rôle dans la manière dont nous pratiquons le tourisme. Nous imaginons, nous idéalisons, nous projetons, grâce ou à cause de divers facteurs comme ce que nous voyons sur les réseaux sociaux ou encore à la télévision, par exemple. L'imaginaire est un élément fondamental à prendre en compte pour comprendre comment les individus perçoivent les lieux qu'ils visitent ou les activités qu'ils pratiquent. Selon Maria Gravari-Barbas et Nelson Graburn (2012), « les imaginaires touristiques » l'imaginaire ne se limiterait pas uniquement à la projection géographique mais engloberait également les pratiques, la culture et les expériences personnelles. Concernant le tourisme animalier, l'imaginaire joue un rôle important dans la quête de nouvelles expériences exotiques, cette curiosité à côtoyer des espèces difficilement ou pas visibles dans le milieu naturel. C'est cette soif de l'inconnu et de la nouveauté qui motive un grand nombre de personnes à partir à la rencontre de la faune sauvage que ce soit lors de safaris ou dans les parcs animaliers.

Il y aurait en effet, une vision idéalisée de la proximité avec la faune sauvage. Les images véhiculées par les séries, les films ou encore les organisateurs de voyages sont en partie vecteurs de cette imaginaire du sauvage qui gravite autour de ces activités exotiques. L'observation des baleines au Canada, les safaris en Afrique ou les excursions à dos d'éléphants en Asie sont autant de pratiques que les individus chercheraient à pratiquer pour leur « authenticité » et leur « exotisme ». Ce besoin de nouveauté et d'expérience authentique est donc lié aux motivations qui poussent les individus à visiter les différents parcs animaliers existants ou à participer à certaines pratiques. La rupture du

quotidien, l'une des principales raisons qui nous pousse à vouloir partir en vacances, se traduit dans le cas du tourisme animalier par un désir de partir à la rencontre d'animaux sauvages, de découvrir de nouvelles espèces, ou encore d'avoir des interactions directes avec eux.

Cependant, la rencontre avec la faune étant souvent scénarisée par les acteurs entraîne une attente très élevée chez les individus qui se retrouvent parfois déçus de leur expérience en raison du manque de visibilité ou de proximité avec les animaux. Cela s'explique par le fait que la plupart des gens dans les sociétés occidentales vivent isolés des animaux sauvages. Avoir l'opportunité de pouvoir les observer au plus proche et de pouvoir interagir avec eux durant les vacances est une grande source de motivation qui a augmenté au cours des dernières décennies. Selon une étude, il y aurait 70 % des touristes utiliseraient des services de guides spécialisés en faune entre 1997 et 2002. Une étude Écossaise rapportait également que 36 % des touristes en Écosse participeraient à des activités d'observation de la faune durant leurs vacances (Susanna Curtin., 2005. *Nature, Wild Animals and Tourism: An Experiential View*). Une étude scientifique réalisée en Nouvelle Zélande démontre la satisfaction des individus augmentait avec la proximité des animaux, l'idée étant « plus près, mieux c'est » (Schanzel, H., & McIntosh, A. (2000). "Tourist satisfaction with wildlife tourism experiences in New Zealand". *Tourism Management* (439-444.)

Dans le cas des parcs zoologiques marins, l'image des animaux, notamment celle des orques et des dauphins est à l'origine du succès de ce type d'établissement. Leur image, construite sur les spectacles mettant en scène des cétacés ont évolué au fil des années passant de la fascination à la prise de conscience face aux conditions de vie, pas toujours favorables au bien-être de ces animaux. Cette prise de conscience, alimentée par des documentaires ou des reportages serait liée à la mutation des activités exercées par les parcs marins.

La prise de conscience croissante autour des conditions de vie des animaux en captivité soulève des questions éthiques, invitant à repenser la manière dont ces expériences sont proposées et consommées.¹³

2. La montée des critiques et de la conscience publique

Ces dernières années, la prise de conscience du public au sujet des pratiques touristiques impliquant des animaux a considérablement augmenté. Le fort impact des réseaux sociaux est en grande partie la principale raison de cet intérêt grandissant pour le bien-être animal dans l'industrie touristique. Des vidéos, des photos montrant l'envers du décor derrière les spectacles, des campagnes de sensibilisation ont contribué à l'évolution de la perception du tourisme animalier dans l'esprit du grand public. Le documentaire *Blackfish*, sorti en 2013, a également joué un rôle clé, mettant en lumière les conditions de vie des orques en captivité dans les parcs marins comme SeaWorld. L'un des anciens employés d'un parc résume d'ailleurs l'importance de prendre conscience que les animaux marins comme les orques ne sont pas adaptés pour une vie en captivité dans le seul but de divertir un public. Il cite : « These are not your whales. These are whales that belong to the ocean ». Ce qui signifie en français que les orques ne sont pas des animaux qui appartiennent à l'homme mais qu'elles appartiennent à l'océan. Après la sortie du documentaire, de nombreux mouvements sont apparus et les associations comme OneVoice, Born Free ou encore PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) ont peu à peu publié des images, des témoignages et repandu des hashtags comme #BlackfishEffect ou #EmptyTheTanks sur les réseaux mobilisant ainsi l'attention des internautes. La montée de critiques et les changements sociaux ont alors conduit certains parcs à repenser leurs prestations comme la société de

¹³ D'après un échange avec une biologiste marine lors d'un entretien exploratoire – réalisé le 31 janvier 2025

parcs SeaWorld, qui a arrêté en 2016, la reproduction des orques en captivité ainsi que les spectacles en 2019.¹⁴

La société change et les parcs doivent eux aussi, s'adapter à ces changements en réinventant leurs activités de manière plus éthiques, en faveur du bien-être animal. La militante Gabriela Cowperthwaite dans le documentaire Blackfish indique d'ailleurs que « People don't want this kind of entertainment anymore. They want something more real. », ce qui signifie en français : les gens ne veulent plus de ce type de divertissement mais ils veulent quelque chose de plus vrai.¹⁵

Cette prise de conscience, au-delà du domaine des parcs marins, a entraîné une autre manière de percevoir le tourisme animalier en général et de multiples activités sont désormais critiquées. La plateforme de réservation TripAdvisor a d'ailleurs décidé de supprimer les annonces d'activités touristiques qui impliqueraient de la maltraitance animale. Ces changements de perception et de consommation reflètent une volonté collective de vouloir pratiquer un tourisme plus éthique et responsable et que l'animal demeure davantage considéré comme étant un être vivant et non comme une simple attraction.

3. Repenser la place des animaux dans l'industrie touristique

En tenant compte des changements de perception du grand public vis-à-vis des pratiques du tourisme animalier, pas toujours respectueuses et éthiques envers le bien-être animal, il est dans l'intérêt des acteurs de ce milieu de s'adapter et de repenser leur manière de percevoir l'animal. La question de la place de l'animal dans l'industrie du tourisme se pose. Brian Fagan mentionne dans son livre « La grande histoire de ce que nous devons aux animaux » que « l'affinité entre l'homme et l'animal a toujours fluctué en fonction de l'évolution des tendances et des normes

¹⁴ Good planet Mag - SeaWorld met fin à son programme de reproduction des orques – publié le 21 mars 2016 - <https://www.goodplanet.info/2016/03/21/seaworld-met-fin-programme-de-reproduction-de-orques/> - Consulté le 15 février 2025

¹⁵ Documentaire « Blackfish » - Visionné le 10 février 2025

sociales ». L'animal constitue depuis des siècles une distraction à l'égard du public, un objet exotique, à la mode, comme dans les ménageries d'autrefois. Se soucier du ressenti et du bien-être des animaux ne s'impose pas comme une question morale dans la société et penser que les animaux ne comptent pas autant que les Hommes, c'est penser que leur souffrance et leur pensée moins importante que la nôtre. Les parcs animaliers actuels sont confrontés à des changements de mentalité et de morale éthique vis-à-vis de la captivité de certaines espèces, parfois exploitées dans le seul objectif de faire du profit. Prenons l'exemple des excursions à dos d'éléphants en Asie. Les éléphants sont contraints d'obéir sous peine d'être battus ou privés de nourriture. Les jeunes éléphanteaux sont d'ailleurs souvent retirés à leur mère pour être dressés dès le plus jeune âge et ainsi être plus dociles. C'est le cas aussi des tigres dans le temple Wat Pha Luang Ta Bua, fermé aujourd'hui, captifs pour offrir l'opportunité aux touristes de se prendre en photo à côté. Des tigres drogués pour permettre la proximité avec les touristes, maltraitance, reproduction forcée, autant de pratiques malsaines et en dépit du bien-être de ces animaux qui ont alarmé des associations et les autorités et qui a contraint ce lieu à fermer ses portes au public.¹⁶ Dans le cas des parcs animaliers marins, ce sont les conditions de vie des orques qui font polémiques après plusieurs décès constatés dans différents parcs du monde contestant ainsi que la captivité ne serait pas adaptée pour cette espèce, reconnue comme étant le mammifère marin possédant le plus de capacités cognitives.¹⁷

Toutes ces pratiques nous démontrent ainsi que la place de l'animal dans l'industrie du tourisme n'est que récemment prise en considération. C'est dans l'intérêt des parcs animaliers de repenser la place de l'animal et d'améliorer leurs conditions de vie en adaptant les enclos ou les

¹⁶ RFI – publié le 21 mai 2016 - Thaïlande : le très touristique « temple de tigres » privé de ses félins - <https://www.rfi.fr/fr/asia-pacifique/20160531-thaïlande-evacuation-tigres-temple-bouddhiste> - Consulté le 2 mars 2025

¹⁷ Réseau cétacés - Les orques, génies de la mer – <https://www.reseaucetaces.fr/2010/03/20/les-orques-genies-de-la-mer/> - Consulté le 16 mars 2025

prestations en se souciant, en priorité du ressenti de l'animal et non celui du public ou des visiteurs. Robert Lanquar évoque dans son livre « les parcs de loisirs » que pour attirer et séduire le public, il faut un type d'équipement plus communément appelé attraction. Si l'animal au sein de l'industrie touristique a longtemps été considéré comme une simple attraction, il en est tout autre aujourd'hui, où l'animal est légalement reconnu comme étant « un être vivant doué de sensibilité ». Même si parmi les neuf thèmes du code mondial de l'éthique du tourisme « le tourisme est vecteur d'épanouissement individuel et collectif », il ne s'agit plus seulement pour les parcs de divertir le public par le biais de spectacles mais bien de repenser leur rôle dans l'expérience touristique en étant vecteur d'un tourisme plus responsable, éthique et durable. Repenser de nouvelles formes de tourisme animalier demeure comme l'un des défis principaux des acteurs de ce milieu.



Pour repenser la place des animaux dans l'industrie du tourisme, il est donc essentiel pour les acteurs de s'éloigner du simple objectif de divertir le public en impliquant la faune au détriment de son bien-être. Comme l'explique Dante McGillian dans un article de la revue scientifique « *Marine Mammal Science* » publié le 31 mars 2023¹⁸ :

« L'utilisation des orques pour le divertissement humain soulève des préoccupations éthiques concernant le

¹⁸ Department of Marine and Oceanic Studies ; Dante McGillian – publié le 31 mars 2023 - Orca reproduction in captivity: A review of the science, ethics and welfare concerns : <https://www.biolscigroup.us/articles/AMS-7-132.php> - Consulté le 14 décembre 2024

traitement et le bien-être de ces animaux. La captivité des orques pour le divertissement humain a été critiquée par les organisations de protection des animaux et le grand public. Le principal argument contre le maintien des orques en captivité est qu'il s'agit d'une forme d'exploitation animale pour le divertissement humain. »

« Une étude publiée dans la revue Science a révélé que le taux de mortalité des orques captifs était 2,5 fois plus élevé que dans la nature. »

Pour continuer à attirer la clientèle et à satisfaire les nouvelles attentes, des changements sont à envisager pour se tourner vers un tourisme responsable autrement appelé écotourisme.¹⁹, correspondant davantage aux nouvelles formes de tourisme privilégiées aujourd'hui. L'enjeu notable est de préserver les animaux tout en continuant à offrir aux visiteurs des expériences inoubliables et authentiques car malgré ses impacts, le tourisme animalier constitue une activité avec d'importants revenus économiques qui permettent notamment la recherche et la création de centres de soins pour des animaux blessés. Le tourisme animalier fait donc face à un défi qui est de trouver un équilibre entre la préservation la faune sauvage et expérience touristique.

¹⁹ Écotourisme : Tourisme privilégiant la découverte de la nature dans le respect des ressources environnementales et du bien-être des populations locales. (Larousse)

Chapitre III : Les défis actuels des parcs zoologiques marins : Entre rentabilité, respect du bien-être animal et nouvelles normes législatives

Les structures de tourisme animalier sont confrontées à des défis récents et à une pression de plus en plus grande, qu'elle soit juridique ou liée aux médias. Dans ce chapitre, nous analyserons ces défis émergents en mettant l'accent sur les parcs marins. Les pressions exercées par les médias, les évolutions législatives et les changements de mentalités poussent ces structures à repenser leur positionnement et à adapter leurs activités. Nous évoquerons comment elles parviennent à s'adapter à ces nouvelles réalités.

1. Pressions externes : militants, médias (films, réseaux sociaux) et organisations pour le bien-être animal

Depuis quelques années, les parcs marins sont impactés par divers facteurs nuisant pour certains à leur fréquentation. De multiples raisons poussent ces structures à proposer de nouvelles expériences aux visiteurs. Des activités pédagogiques, plus éthiques envers l'animal. Les associations militantes comme « C'est Assez » font partie des pressions auxquelles les parcs proposant des spectacles de dauphins ou d'orques peuvent être confrontés. Certains parcs font face à des polémiques mettant en évidence les impacts négatifs de la captivité de certaines espèces comme cela a été le cas pour le parc de Marineland au Canada qui a été pointé du doigt pour la mort de son 17^e béluga en cinq ans.²⁰ « Sea Shepherd » une ONG de défense des océans, mène également des campagnes pour dénoncer les pratiques jugées « cruelles » envers les animaux marins. Ces incidents ont entraîné une vague d'indignation de la part du public et des militants, renforcée par une diffusion rapide sur les réseaux sociaux. Les réseaux sociaux jouent en effet un rôle clé dans la rapidité à laquelle se repandent les dernières informations. Des images, des témoignages, des vidéos, devenues virales et suscitant une

²⁰ Courrier international - publié le 12 novembre 2024 - Polémique : Appel à la fermeture du Marineland du Canada après la mort d'un 17e béluga en cinq ans - https://www.courrierinternational.com/article/polemique-appel-a-la-fermeture-du-marineland-du-canada-apres-la-mort-d-un-17e-beluga-en-cinq-ans_224435 – Consulté le 23 février 2025

certaine compassion chez le public à l'égard des conditions de vie des différents animaux.

Les documentaires et les films, eux aussi, ont marqué un tournant dans la manière de percevoir les spectacles de dauphins ou d'orques. Prenons l'exemple du film « Sauvez Willy » sorti en 1994 qui met en scène une orque capturée à l'état sauvage pour devenir l'attraction d'un parc marin en réalisant des spectacles. La cinématographie du film démontre les impacts négatifs de la captivité d'un tel animal mais « utilise » une orque véritablement dressée et qui a auparavant été capturée dans son milieu naturel à des fins commerciales en 1980. Autant de contradictions amènent peu à peu à une prise de conscience collective vis-à-vis de la considération de l'animal dans l'industrie touristique.²¹

En parallèle, certaines législations évoluent sous la pression de l'opinion publique et des associations. La loi française de 2021 (loi n° 2021-1539 du 30 novembre 2021)²², interdit (en France uniquement) la reproduction et la détention d'orques et de dauphins dans les parcs à des fins de divertissement d'ici décembre 2026. Ce changement exprime un véritable tournant dans la manière dont les sociétés actuelles perçoivent l'exploitation des animaux sauvages dans le secteur du tourisme et impose aux parcs, de proposer à sa clientèle plus consciencieuse des enjeux éthiques liés à la captivité, une autre manière d'aborder et de découvrir le milieu sous-marin.

2. Le rôle des nouvelles législations dans la transition des parcs marins : Vers une meilleure éthique du bien-être animal ?

La question du bien-être dans les parcs zoologiques marins semble susciter une attention particulière poussant plusieurs gouvernements à mettre en place de nouvelles lois visant à encadrer ces pratiques de

²¹ Une vie : La vraie histoire de l'orque de "Sauvez Willy" – publié le 12 novembre 2024 - <https://www.youtube.com/watch?v=nMy1nNfX0tA> – Consulté le 20 février 2025

²² Légifrance - LOI n° 2021-1539 du 30 novembre 2021 visant à lutter contre la maltraitance animale et conforter le lien entre les animaux et les hommes – https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/article_jo/JORFARTI000044387610#:~:text=%2DSont%20interdits%2C%20dans%20les%20établissements,du%2030%20novembre%202021%20précitée. - Consulté le 1^{er} mars 2025

manière plus stricte. Cette évolution traduit une volonté politique à encadrer et à gérer plus sérieusement la détention et l'exploitation des animaux marins dans un contexte de loisir touristique. Ces nouvelles lois visent à limiter ou à interdire certaines pratiques jugées contraires au bien-être animal, comme le cas de la loi française n° 2021-1539 du 30 novembre 2021, qui interdit à partir de décembre 2026, la reproduction des cétacés en captivité ainsi que les spectacles. Les structures touristiques sont donc obligées de revoir leurs activités et leurs modèles économiques car selon les dires du parc de Marineland (Antibes, France), "90% des visiteurs choisissent de venir pour admirer les représentations d'orques et de dauphins"²³. Si cette loi n'est pas appliquée, les parcs encourrent jusqu'à trois ans d'emprisonnement et 45 000 euros d'amende. Cette nouvelle mesure remet considérablement en cause les profits économiques des parcs marins, majoritairement basés sur le succès des spectacles des animaux marins. Même si cette loi ne s'applique pas à tous les pays, nous pouvons tout de même observer une évolution législative concernant le statut juridique des animaux, y compris dans le milieu du tourisme. La loi du 16 février 2015 en témoigne puisque depuis cette date, les animaux sont reconnus dans le Code civil comme étant « des êtres vivants doués de sensibilité ».

En parallèle, certaines îles d'outre-mer françaises ont-elles aussi pris des mesures en matière de droit des animaux. C'est le cas avec le code de l'environnement des îles Loyauté, adopté en 2016 en Nouvelle Calédonie et qui vise à reconnaître certaines espèces comme les requins et les tortues marines comme étant des sujets de droit. Ces espèces jouissent ainsi de droits fondamentaux tels que le droit d'exister et d'évoluer dans le respect de leur cycle de vie (Le droit des animaux en France – Caroline Regad et Cédric Riot p.29)

²³ J.A – publié le 5 décembre 2024 - Vers une fermeture de Marineland: "ces dernières années, c'est un peu catastrophique" https://rnc.bfmtv.com/actualites/sciences-nature/vers-une-fermeture-de-marineland-ces-dernieres-annees-c-est-un-peu-catastrophique_AV-202412050367.html– Consulté le 25 mars 2025

Ces initiatives pour renforcer et encadrer le bien-être animal ne s'appliquent toutefois pas à l'échelle mondiale. Des pays d'Asie comme le Japon ou la Chine, ne disposent d'aucune loi spécifique sur le bien-être des animaux en captivité. Cette absence d'encadrement favorise la création de delphinariums. Selon un article de National Geographic publié en mai 2019, en Chine, 26 parcs marins seraient en cours de construction alors que le pays compte déjà 78 parcs à son actif.²⁴

Au Japon, l'aquarium « Kuroshio Sea », considéré comme l'un des plus grands du monde, possède la plus grande espèce de poisson pouvant mesurer jusqu'à 8 mètres de long, le requin baleine. Nous observons donc qu'il existe une certaine inégalité législative à travers le monde. Les pays moins réglementés auraient tendance à garder un modèle traditionnel basé sur la performance et la forte attractivité des animaux marins pour l'économie des structures tandis que les pays aux normes plus strictes seraient dans l'obligation de proposer des activités pédagogiques et immersives sans l'implication de la faune sauvage. Cette dualité nous montre l'un des principaux défis auxquels sont confrontés les parcs zoologiques marins : conjuguer satisfaction des visiteurs, bien-être animal et viabilité économique.

3. Adaptations et reconversion des activités : un modèle plus éducatif

Répondre aux nouvelles attentes des visiteurs devenus plus consciencieux du bien-être animal tout en étant contraint de respecter les nouvelles normes législatives mises en place est devenu un vrai défi pour les parcs marins. Maintenir un équilibre entre rentabilité et éthique de l'animal est difficilement soutenable pour ces structures principalement attractives grâce aux spectacles mettant en scène des cétacés. De nombreux parcs parviennent à s'adapter en proposant des

²⁴ National Geographic – Tourisme animalier : la grande illusion - <https://www.nationalgeographic.fr/animaux/2019/05/tourisme-animalier-la-grande-illusion> – Consulté le 25 mars 2025

expériences immersives et éducatives, davantage axées sur la sensibilisation du milieu marin.

Les présentations éducatives proposées par certains des parcs offrent aux visiteurs la possibilité d'apprendre les différentes spécificités des animaux marins, leur mode de vie, leur comportement naturel...Ces activités éducatives permettent de sensibiliser le grand public sur l'écosystème marin et de créer un lien avec les animaux.

Pour faire face aux difficultés économiques liées à l'arrêt des spectacles, certains parcs ont diversifié leur offre touristique de plusieurs manières :

- des activités en réalité virtuelle : offre la possibilité aux visiteurs d'être immergé dans le milieu naturel des animaux ;
- des programmes de sensibilisation et de préservation : des collaborations avec des biologistes marins et des associations pour mettre en place des ateliers de sensibilisation sur la protection de la faune marine ;
- des robots : un dauphin robot a été inauguré aux États-Unis pour remplacer les dauphins captifs dans les delphinariums. Une alternative pour réaliser des spectacles sans impliquer la captivité de véritables mammifères.²⁵

Si nous prenons l'exemple de « SEA LIFE Trust », une association qui a ouvert un sanctuaire en Islande et qui attire une clientèle soucieuse du bien-être animal. Ce sanctuaire ouvert seulement qu'une partie de l'année aux visiteurs vise à les faire profiter des bélugas dans un espace naturel mais encadré. Les bélugas présents dans ce sanctuaire viennent d'un centre aquatique en Chine, utilisés pour le divertissement pendant 10 ans.

²⁵ Franceinfo – publié le 15 octobre 2020 - Un dauphin robot pour les delphinariums – https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/metiers/travailler-avec-les-animaux/un-robot-dauphin-pour-les-delphinariums_4142959.html - Consulté le 26 mars 2025

Les parcs marins ont également dû se repositionner d'un point de vue marketing pour permettre de transmettre à la clientèle, la vision plus moderne qu'ils ont de l'animal. Les campagnes de publicité mettent désormais l'accent sur la sensibilisation à la biodiversité et la protection des espèces comme la campagne de la compagnie SeaWorld en 2015 « From park to planet, see it here, save it here ». Cette campagne annonçait aux téléspectateurs que les dons qu'ils verseraient seraient destinés au sauvetage d'animaux.²⁶

Tous ces changements marquent progressivement pour certains parcs une rupture avec un modèle traditionnel du tourisme animalier principalement construit sur le divertissement.

²⁶ Blooloop - publié le 26 octobre 2017 - SeaWorld launches TV advert to combat 'public perception issues' – <https://blooloop.com/theme-park/news/seaworld-launches-tv-advert/> - Consulté le 20 mars 2025

CONCLUSION PARTIE I

Dans cette première partie, nous avons avant tout défini ce qu'est le tourisme animalier et constitué une base des notions essentielles pour aborder notre réflexion. Nous avons abordé son évolution à travers les époques et fait le lien entre le tourisme et l'image exotique véhiculée par la présence des animaux dans cette industrie. Nous nous sommes ensuite concentrés sur le cas des parcs zoologiques marins, qui, comme nous avons pu le constater, sont confrontés depuis quelques années à différentes pressions externes impactant directement leur image et, par conséquent, leur économie.

Grâce à ces éléments, nous avons remarqué que la place de l'animal dans le milieu du tourisme a rencontré un grand succès auprès du grand public en raison de son attractivité et de son exotisme mais que depuis quelques années et suite à de nombreuses polémiques, les avis sont de plus en plus controversés quant à la captivité de certaines espèces animales. Plusieurs évolutions témoignent de la prise de conscience évolutive concernant le bien-être animal comme la nouvelle norme législative française interdisant la détention de cétacés à des fins de spectacle. Des événements médiatiques marquants ont quant à eux conduit à une prise de conscience du grand public ce qui a progressivement poussé les parcs marins à s'adapter en diversifiant leur offre tournée davantage vers la sensibilisation et l'éducation.

L'avenir des parcs zoologiques marins repose donc sur leur capacité à se repositionner en prenant en compte les nouvelles attentes sociétales au sujet du bien-être animal tout en maintenant une rentabilité économique. Cette transition nécessite d'avoir une communication transparente auprès du public et une meilleure considération de l'animal.

Ainsi, cette analyse nous a amenés à nous questionner sur la manière dont les parcs zoologiques marins perçoivent ces changements. Cette réflexion nous a conduit à la problématique suivante :

Comment les acteurs des parcs zoologiques marins perçoivent-ils et prennent-ils en compte les mutations sociales et législatives ? Comment adaptent-ils leurs activités en conséquence et quels sont les impacts de ces ajustements sur la perception et l'expérience des visiteurs ?

PARTIE II : L'ADAPTABILITE DES PARCS MARINS

INTRODUCTION PARTIE II :

Dans cette deuxième partie, nous allons dans un premier temps étudier et analyser les différentes stratégies d'adaptation et de renouvellement observées dans trois parcs zoologiques différents. Cela nous permettra d'observer les divers éléments qui pourraient perturber leur fonctionnement. À travers l'analyse de trois cas : SeaWorld (États-Unis), Loro Parque (Espagne) et Marineland (France), nous essaierons de comprendre comment les acteurs de ces structures font face aux changements pour concilier rentabilité, éthique et durabilité. Perçoivent-ils tous ces différents défis de la même manière ?

Dans un second temps, nous aborderons les deux hypothèses que nous avons voulu tester pour cette étude. Elles abordent la perception des acteurs face aux défis qu'ils rencontrent et l'évolution de la mentalité des visiteurs, de plus en plus sensibles au bien-être animal.

À travers nos recherches et les stratégies utilisées dans notre méthodologie, nous analyserons l'impact que les changements mis en place par les parcs ont eu sur leur image, leur taux de fréquentation et la satisfaction du public. Nous chercherons à savoir si les visiteurs sont motivés par les mêmes raisons qui les poussaient à visiter ces lieux quelques années en arrière.

Chapitre I : Exemples de trois parcs zoologiques marins emblématiques

1. Seaworld (Etats-Unis) : Une mutation de l'offre

SeaWorld, la franchise de parcs marins la plus connue au monde a misé son repositionnement sur la diversification de ses activités. C'est le cas avec le parc de San Diego, ouvert en 1964 et qui a rapidement connu le succès grâce à ses spectacles de dauphins et de lions de mer. Très impacté par de nombreux accidents mortels impliquant des soigneurs et les retombées du documentaire « BlackFish » sorti en 2013, le parc s'est réinventé en mettant l'accent sur le respect de l'animal.

En effet, le parc d'Orlando a observé une baisse de son chiffre d'affaires équivalent à 5% sur les six premiers mois de l'année 2014.²⁷ En 2016, il décide d'arrêter progressivement la reproduction des orques. Cette décision s'est accompagnée de l'arrêt des acrobaties forcées lors des spectacles impliquant la faune sauvage (SeaWorld Entertainment Annual Report, 2016 & 2017). Des décisions qui ont marqué un tournant dans l'activité de l'entreprise mais qui était nécessaire pour continuer à attirer la clientèle, désormais plus attentive au bien-être des animaux en captivité. Le parc propose désormais des attractions interactives et éducatives pour sensibiliser à la préservation de la biodiversité marine.

Des investissements dans des montagnes russes ont été entrepris pour diversifier au maximum l'offre et satisfaire la clientèle. Cependant, cette transition pour faire évoluer l'image du parc aurait eu un impact sur l'attractivité l'année suivante. En 2018, soit deux ans après ces changements, une augmentation du chiffre d'affaires correspondant à 1,19 milliard d'euros soit une augmentation de 13,93% a été observée.²⁸ Le parc aurait construit sa nouvelle image sur trois nouveaux socles : Conservation de la faune, éducation et divertissement. Parallèlement, la

²⁷ Juliette Garnier – publié le 14 août 2024 - Seaworld touche le fond après la diffusion d'un documentaire – https://www.lemonde.fr/economie/article/2014/08/15/seaworld-emmene-par-le-fond-apres-la-diffusion-d-un-documentaire_4472207_3234.html – Consulté le 21 février 2025 -

²⁸ SeaWorld - Mission Statement, Vision & Core Values (2024) - <https://dcfmodeling.com/blogs/vision/seas-mission-vision> - Consulté le 27 mars 2025

société s'est montrée collaborative en renforçant ses partenariats avec des ONG spécialisées dans la protection des animaux marins. Des programmes de réhabilitation sont désormais mis en place pour soigner et relâcher des animaux marins blessés. En 2023, 2 300 animaux marins auraient été secourus (Ibid.).

Year	Marine Animals Rescued	Students in Educational Programs	Park Attendance (millions)
2021	2,000	500,000	8.5
2022	2,100	600,000	9.5
2023	2,300	650,000	10.0

Table: Key Financial and Statistical Data (2024)

Item	Amount
Animal Care and Rehabilitation Spending	\$20 million
Total Marine Animals Rehabilitated	40,000
Total Students Engaged in Educational Programs	1 million
Investment in New Attractions	\$100 million
Projected Attendance	6 million
Projected Revenue	\$1 billion
Community Engagement Contributions	\$5 million

De plus, pour faire face aux polémiques autour des mauvaises conditions de vie des animaux marins en captivité, le parc propose à partir du printemps 2025 une activité d'immersion grâce à la réalité virtuelle. Cette expérience offre à la clientèle l'opportunité de découvrir l'univers marin sans impliquer la présence de réels animaux.²⁹

Pour répondre aux attentes face au bien-être animal, SeaWorld propose au sein de son parc Discovery Cove (Orlando), une expérience immersive consistant à nager avec des dauphins. Une approche considérée plus

²⁹ Expedition Odyssey - <https://seaworld.com/orlando/rides/expedition-odyssey/> - Consulté le 27 mars 2025 -

respectueuse car l'animal ne serait pas contraint ni forcé d'exécuter un numéro qu'il n'aurait pas envie de réaliser.

2. Loro Parque (Espagne) : pratiques spécifiques

Le parc Loro Parque, situé sur les îles Canaries en Espagne, a initialement été conçu en 1972 pour être un sanctuaire pour les perroquets. Peu à peu transformé en un parc animalier, le parc a intégré des spectacles de dauphins et d'orques. Pour faire face aux critiques de ces pratiques, le parc a mis en place une approche plus éducative sur la conservation des écosystèmes marins et a également modernisé ses installations pour offrir aux animaux, un milieu de vie plus proche de leur habitat naturel et ainsi de contribuer à une amélioration de leur bien-être (Tancioni. F., 2019). De plus, le parc a développé des installations éducatives et immersives, comme l'Aula del Mar, pour sensibiliser le public aux enjeux de la conservation.

La Loro Parque Foundation (Loro Parque Foundation Reports,. 2022) a également déboursé plus de 21 millions d'euros pour des projets de préservation des espèces menacées d'extinction. Malgré les nouvelles mesures, le parc est confronté malgré tout à des critiques de la part des organisations comme PETA³⁰, qui dénonce la captivité suite à la mort d'un orque au sein du parc en 2017 (PETA, 2017 ; Jett,J. W., el al., 2021). La présence des orques dans les parcs marins est une pratique de plus en plus critiquée et le parc Loro Parque démontre les réels enjeux auxquels les parcs marins sont confrontés pour garder un équilibre économique et éthique (Kelling, A. S., 2017).

3. Marineland (France) : La fin du plus grand parc marin d'Europe

Si certains parcs ont pu se réinventer, ce n'est pas le cas de Marineland, situé à Antibes, en France. Inauguré en 1970, ce lieu de divertissement a été durant de nombreuses années un lieu touristique emblématique de

³⁰ PETA : People for the ethical treatment of animals : association internationale à but non lucrative qui oeuvre à protéger le droit et la dignité des animaux – www.petafrance.com

la côte d'azur. Une notoriété qui lui vaut le titre du plus grand parc marin d'Europe, accueillant des milliers de visiteurs chaque année. Une image construite principalement à travers les mises en scène des orques, l'activité phare du parc.

Déjà confronté à de nombreuses pressions de la part des militants depuis quelques années, notamment à cause des inondations de 2015 qui ont causé la mort de plusieurs animaux³¹, c'est à partir de 2017 que le parc a dû faire face à un nouvel enjeu. En effet, un premier arrêté ministériel visant à renforcer les conditions de détention des cétacés a été publié avant d'être finalement annulé suite aux recours de plusieurs parcs, dont Marineland. La nouvelle législation française instaurée par le ministère de la transition écologique en 2021 interdisant la reproduction des mammifères marins et des représentations de spectacles a quant à elle marqué un tournant dans l'économie du parc. Cette loi aurait contraint le parc à repenser son modèle économique, principalement basé sur les spectacles d'orques et de dauphins. En 2021, Marineland arrête ses spectacles d'orque et décide de fermer les installations dédiées aux cétacés. À partir de 2023, le parc décide de se repositionner en proposant des activités d'éducation et de conservation. Des conférences sur la biodiversité marine sont proposées et illustre la volonté de la direction de vouloir changer l'image de la structure.

Cependant, fin 2024, la fermeture de Marineland est annoncée par la direction. Il évoque dans une interview « L'équilibre économique du parc n'est plus garanti. Nous enregistrons depuis plusieurs années, une baisse de fréquentation et la loi de 2021 amorcée depuis 2017 a porté un coup

³¹ Pauline Tissot – publié le 4 octobre 2016 - Un an après les inondations, que devient Marineland ? - https://www.lepoint.fr/environnement/un-an-apres-les-inondations-que-devient-marineland-04-10-2016-2073470_1927.php#11 - Consulté le 2 février 2025

fatal à l'économie du parc et nous sommes contraints d'envisager ce projet de fermeture à court terme »³²

En dix ans, la fréquentation serait passée de 1,2 millions à 450 000 visiteurs par an. Le directeur du Zoo de Beauval, de son côté pas concerné par la nouvelle législation de par ses spectacles n'impliquant pas de cétacés, mentionne la situation de Marineland : « C'était un parc innovant dans les années 60, cette décision est propre à Marineland, mais pour éviter la fermeture, je pense qu'ils auraient dû faire des travaux sur les installations pour améliorer la qualité et développer des programmes de recherche. Ils ont fait d'autres choix, ils auraient pu changer les spectacles, faire des animations pédagogiques. »³³

Nous constatons, avec le cas de Marineland, les défis et enjeux actuels que rencontrent les acteurs du tourisme animalier et en particulier ceux concernés par de nouvelles normes encadrant le bien-être animal dans l'industrie touristique.

³² J.A – publié le 5 décembre 2024 - Vers une fermeture de Marineland : « Ces dernières années, c'est un peu catastrophique » - https://rmc.bfmtv.com/actualites/sciences-nature/vers-une-fermeture-de-marineland-ces-dernieres-annees-c-est-un-peu-catastrophique_AV-202412050367.html - - Consulté le 27 mars 2025 -

³³ DUFFAY Cindy – publié le 11 janvier 2025 - Alors que le Marineland doit cesser ses spectacles avec ses mammifères marins, qu'en est-il des spectacles du zoo de Beauval ? - <https://france3-regions.francetvinfo.fr/centre-val-de-loire/loir-cher/alors-que-le-marineland-doit-cesser-ses-spectacles-avec-ses-mammiferes-marins-qu-en-est-il-des-spectacles-du-zoo-de-beauval-3087091.html> - Consulté le 15 mars 2025

Chapitre II : Les acteurs des parcs marins perçoivent les nouvelles normes et les changements sociaux comme un frein

Alors qu'ils ont longtemps été synonymes d'expériences hors du commun et exotiques, les parcs marins sont aujourd'hui confrontés à un tournant historique. Nous avons détaillé dans la première partie, les différents enjeux et défis auxquels sont confrontés ces parcs. Il ressort que ces mutations notamment juridiques et sociales peuvent affecter leur rentabilité en impactant directement leur image, et donc leur fréquentation, comme l'illustre le cas de Marineland à Antibes.

L'une des principales causes de cette baisse demeure la législation française, et notamment la loi n°2021-1539, interdisant à terme la captivité des cétacés dans un but lucratif. Cette réforme a été perçue comme un frein majeur par les gestionnaires du parc, qui n'ont pas réussi à adapter leur modèle économique, conduisant à la fermeture du site en 2025. Longtemps considéré comme le plus grand parc marin d'Europe, Marineland n'a pas réussi à transformer cette contrainte en opportunité, malgré quelques tentatives de diversification.

À l'inverse, SeaWorld Orlando a progressivement modifié sa stratégie à la suite de la polémique suscitée par le documentaire Blackfish, notamment en mettant fin à l'élevage des orques et en recentrant ses activités sur le divertissement éducatif et immersif. Ce repositionnement, réalisé de manière proactive, a permis d'atténuer l'impact de la contestation et de préserver la fréquentation.

Un autre exemple éclairant est celui de SeaWorld San Diego, confronté lui aussi à une crise d'image majeure après Blackfish. Dix ans après la sortie du film, le parc célèbre ses 60 ans d'activité, avec une offre profondément renouvelée. L'ancienne émission emblématique de Shamu a disparu au profit de "Orca Encounter", et les représentations de dauphins montés par des dresseurs ont cessé depuis quatre ans. Le parc a aussi renforcé sa mission éducative tout en développant une offre à

sensations, avec quatre montagnes russes ajoutées en cinq ans. L'inauguration en 2023 de Arctic Rescue, ou encore la nouvelle exposition immersive sur les méduses, témoignent de la volonté du parc de conjuguer conservation, innovation et divertissement.³⁴ Bien que SeaWorld San Diego n'ait pas encore retrouvé ses niveaux de fréquentation d'avant Blackfish, sa capacité d'adaptation illustre une autre perception possible des mutations sociales : celle d'un moteur de transformation.

Des données chiffrées du parc nous permettent d'avoir une vue d'ensemble sur la fréquentation du parc sur 17 années. Nous constatons une baisse de fréquentation en 2014 après la sortie du documentaire Blackfish (2013). Le parc aurait donc vu une baisse d'environ 12% cette année-là et une baisse de chiffre d'affaires de 5%³⁵. Nous pouvons en déduire qu'outre les législations émergentes, les médias peuvent aussi avoir un impact considérable sur la fréquentation des parcs marins et que ces derniers peuvent percevoir ces éléments médiatiques comme un frein pour leur rentabilité économique.

Une législation perçue comme une contrainte économique :

Dans certains pays comme la France, la mise en place de lois restrictives sur la captivité des animaux marins a eu des répercussions directes sur les modèles économiques. Marineland (Antibes) a par exemple perçu la loi de 2021 comme une menace directe plutôt qu'une opportunité, ce qui s'est traduit par une incapacité à se renouveler, puis une fermeture en janvier 2025.

Des mentalités qui évoluent, même en l'absence de réglementation :

³⁴ SeaWorld at 60: It survived 'Blackfish' and COVID. Where San Diego's biggest theme park is headed now : https://www.hawaiitribune--herald-com.translate.goog/2024/04/21/features/seaworld-at-60-it-survived-blackfish-and-covid-where-san-diegos-biggest-theme-park-is-headed-now/? x tr sl=en& x tr tl=fr& x tr hl=fr& x tr_pto=rq#:~:text=The%20iconic%20Shamu%20show%20is,featuring%20the%20acrobatic%20marine%20mammals - Consulté le 2 avril 2025

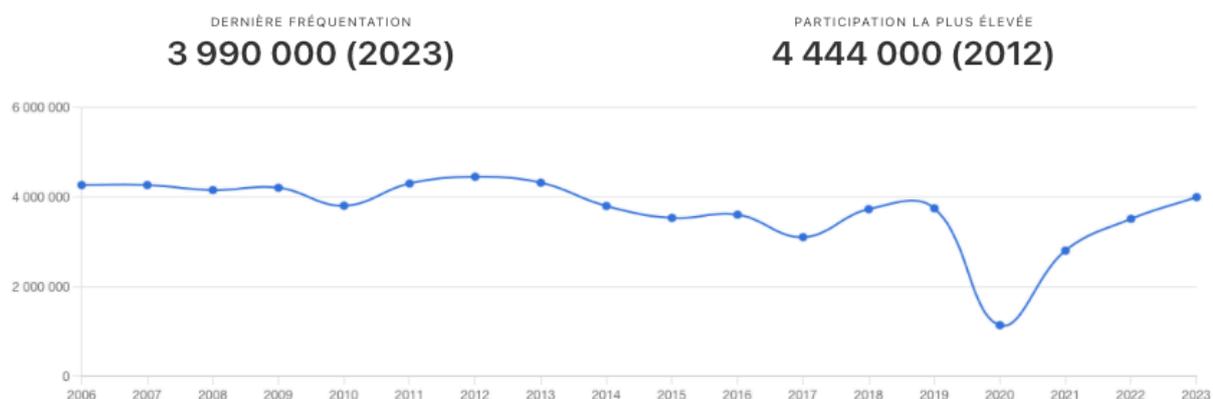
³⁵ E.D – publié le 18 août 2024 - Seaworld touche le fond après la diffusion du documentaire critique "blackfish" : https://www.bfmtv.com/sciences/seaworld-touche-le-fond-apres-la-diffusion-du-documentaire-critique-blackfish_AN-201408180019.html - Consulté le 1er avril 2025

Outre les contraintes juridiques, une évolution des mentalités concernant le bien-être animal est perceptible au sein de la société française. Le sondage IFOP de novembre 2018, commandé par plusieurs organisations de protection animale, révèle une opposition majoritaire à la captivité des cétacés dans les parcs aquatiques. En effet, 70% des personnes interrogées se déclarent opposées à la détention de dauphins et d'orques à des fins de divertissement, contre seulement 30% qui y sont favorables. Cette tendance est particulièrement marquée chez les femmes avec un taux d'opposition qui atteint 76% (Sondage IFOP 2018 ; les français et les animaux en captivité).

Cette étude témoigne d'une sensibilité croissante du public français à la condition des animaux captifs. Cette évolution des mentalités peut avoir des répercussions sur la fréquentation de ces établissements, comme l'illustre la baisse de fréquentation qu'a connue le parc SeaWorld Orlando à la suite de la diffusion du documentaire Blackfish.

Seaworld San Diego Données historiques de fréquentation

Chiffres de fréquentation annuels



Année	Fréquentation
2023	3 990 000 ^[1]
2022	3 507 000 ^[2]
2021	2 800 000 ^[3]
2020	1 139 000 ^[3]
2019	3 742 000 ^[4]
2018	3 723 000 ^[5]
2017	3 100 000 ^[6]
2016	3 600 000 ^[7]
2015	3 528 000 ^[8]
2014	3 794 000 ^[9]
2013	4 311 000 ^[10]
2012	4 444 000 ^[11]
2011	4 294 000 ^[12]
2010	3 800 000 ^[13]
2009	4 200 000 ^[14]
2008	4 147 000 ^[15]
2007	4 260 000 ^[16]
2006	4 260 000 ^[17]

Le paradoxe : frein ou moteur de transformation ?

La comparaison entre Marineland, SeaWorld Orlando et SeaWorld San Diego met en lumière un paradoxe majeur : certains parcs perçoivent les nouvelles normes comme un obstacle quand d'autres y voient un levier de changement.

Le succès de Loro Parque dans sa transformation vers un modèle alliant éducation, conservation et immersion renforce cette idée que l'anticipation et la réinvention de l'expérience visiteur sont des réponses possibles aux attentes contemporaines.

Enfin, nos recherches sur des contextes internationaux (Chine, Japon) où les lois sont moins strictes, nous permettent de mesurer si l'évolution des mentalités en dehors de toute obligation légale suffit à faire pression sur les modèles traditionnels, et si elle influe sur la fréquentation.

Chapitre III : Les visiteurs des parcs marins sont aujourd'hui motivés par un autre type de divertissement, plus éducatif ou immersif

Alors que les parcs répondent progressivement aux nouvelles attentes des visiteurs, plus sensibles au bien-être animal, un des éléments primordiaux pour leur viabilité à la suite de ces changements reste la satisfaction des visiteurs. L'offre proposée et la perception des clients se transforment traduisant un intérêt majeur pour la considération animale. Nous avons évalué quels pouvaient être les freins de certains parcs mais nous n'avons pas encore analysé les conséquences de ces changements à l'égard des visiteurs. Leur intérêt pour ce type de parc a-t-il changé ? La fréquentation qui avait diminué pour le parc de SeaWorld San Diego après la sortie du documentaire Blackfish a-t-elle augmentée suite aux différents changements mis en place par le parc ?

Le directeur du parc Seaworld San Diego précise dans une interview: "This park was lacking on rides so we started adding rides. We survey our guests and we ask what they're missing and they told us pretty loud and clear you need more rides when comparing us to other parks in California. We listened to that and responded. So we have had several teen to adult rides as well as some of the kids rides". Ce que nous traduisons en français que les visiteurs ont mentionné vouloir davantage de manèges au sein du parc. Cet élément est pertinent car nous pouvons en déduire que les visiteurs auraient de nouvelles motivations vis-à-vis de ces parcs. Si les parcs marins avaient comme principale image les spectacles d'orques ou de dauphins, nous constatons qu'aujourd'hui, ils sont également perçus comme des « parcs d'attraction ».

Des rapports annuels des différents parcs de la franchise SeaWorld révèlent divers éléments pertinents pour appuyer notre hypothèse. Nous avons analysé le rapport de 2015, l'année post-Blackfish qui nous révèle que la perception des visiteurs vis-à-vis de ces parcs a changé à la suite du documentaire. L'analyse de l'année 2018, nous révèle une hausse de la fréquentation notamment grâce à des nouvelles activités mises en

place par les parcs pour repositionner leur image et tenter de regagner la confiance des clients. Puis, l'année 2023, pour obtenir une analyse récente sur la situation des parcs à la suite de tous les changements effectués ces dernières années.

Rapport de 2015 : Un virage stratégique post-Blackfish ;

À la suite du documentaire américain réalisé par Gabriela Cowperthwaite en 2013 sur les conditions de vie des orques en captivité au sein des parcs SeaWorld, l'entreprise a officiellement annoncé l'arrêt de la reproduction d'orques en 2015. Elle a aussi annoncé que les spectacles seraient quant à eux transformés en présentations éducatives.

"We committed to stop breeding orcas in our care and to transition our orca theatrical shows toward more natural and educational encounters." (Annual report SeaWorld 2015)

Ce changement avait pour principal objectif de répondre aux nouvelles attentes des visiteurs, notamment les jeunes familles et les milléniaux selon les études internes.

"Research tells us this is a priority for young families, particularly millennials." (Ibid.)

Nous constatons une réelle ambition de regagner la confiance des visiteurs en promouvant une transition plus éthique et respectueuse du bien-être animal. La baisse de fréquentation observée à la suite du documentaire, motivée par une prise de conscience chez le grand public a agi comme un signal de crise et a conduit l'entreprise à adapter son offre face à ce changement de perceptions. Les parcs ont d'ailleurs divulgué cette volonté de repositionnement à travers des campagnes de communication axées sur la nouvelle identité du parc :

"We expect these initiatives will help us grow attendance and revenue over time as consumers begin to recognize that we are moving in their direction." (Ibid.)

Rapport de 2018 : Redynamisation et réponse positive ;

En 2018, une hausse de la fréquentation et des revenus des parcs est observée (8,6%) par rapport à l'année précédente. Cette hausse témoigne des vertus des changements adoptés par l'entreprise.

"Attendance increasing 8.6% and Adjusted EBITDA increasing 35% from the prior year." (Annual report SeaWorld 2018)

Cette hausse est, selon le rapport de 2018, due à :

- Aux nouvelles attractions immersives ;
- Aux nouveaux événements familiaux ;
- À une tarification plus accessible (notamment les pass saisonniers) ;
- À la communication renforcée autour des valeurs éducatives et environnementales du parc ;

Le rapport de cette année-là nous démontre la réceptivité progressive du public face à la transformation de l'entreprise.

Rapport de 2023 : Une dynamique qui se maintient ;

Ce rapport démontre que l'entreprise connaît une hausse continue de ses revenus et de ses visiteurs. Cette hausse peut donc s'expliquer par les éléments suivants :

- Une meilleure valorisation de l'expérience offerte ;
- Un public prêt à payer davantage pour des expériences perçues comme plus qualitatives, éducatives ou engageantes ;
- Avec ces éléments et pour le cas de l'entreprise SeaWorld, nous pouvons en déduire que les visiteurs ne rejettent pas les parcs marins. Les parcs, qui ont su adapter leur offre au moment propice face aux menaces des médias (Blackfish, polémiques sur les réseaux sociaux) ont observé une fréquentation croissante à la

suite d'un renouvellement de leurs offres, portées sur la sensibilisation, l'éducation et le divertissement (manèges).

Selon un questionnaire que nous avons réalisé (Annexe C) auprès du grand public et auquel 31 personnes ont répondu, 51,6% des personnes affirment vouloir visiter un parc marin pour en apprendre davantage sur la biodiversité marine. Bien que cet échantillon ne soit pas large et que peu de personnes aient répondu au questionnaire, cela nous donne malgré tout un aperçu des raisons qui motivent les visiteurs à fréquenter les parcs zoologiques marins. De même, à la question : **Quel est votre avis sur la loi de 2021 interdisant la captivité des cétacés (dauphins, orques) dans les parcs marins ?** Sur un taux de réponse à 100%, 67,7% affirment être en accord avec cette loi en faveur du bien-être animal et qu'elles continueraient à fréquenter les parcs marins même s'il n'y a plus de cétacés. Cette donnée nous permet de constater que les visites de ces parcs ne sont pas seulement motivées par la volonté de voir des cétacés mais aussi de découvrir le milieu marin à travers d'autres alternatives.

Chapitre IV : La méthodologie des hypothèses

1. La méthodologie de l'hypothèse 1

La méthodologie adoptée pour l'hypothèse 1 a été essentiellement axée sur de la recherche documentaire qualitative et quantitative à travers des sources variées telles que des rapports d'entreprise, des articles de presse, des documents scientifiques, des ouvrages et documentaires. L'objectif était d'identifier les différents facteurs de transformation ou de blocage ressentis par les gestionnaires des parcs marins. Pour ce faire, nous avons étudié plusieurs cas concrets de parcs zoologiques marins confrontés depuis quelques années à des mutations. C'est grâce à ces recherches que nous avons identifié les facteurs qui exercent une pression sur l'activité de ces structures. Le cas de Marineland (Antibes) a été central dans notre réflexion, notamment au regard de la loi n° 2021-1539 interdisant progressivement la détention de cétacés à des fins commerciales en France.

C'est en approfondissant nos recherches que nous avons constaté que la législation pouvait, certes, présenter un frein pour l'économie des parcs mais que l'évolution de l'opinion publique l'était tout et aurait entraîné des impacts bien avant la mise en place de la loi de 2021 en France. Nous avons constaté grâce aux effets du documentaire Blackfish que les attentes sociétales grandissaient à l'égard du bien-être animal. Ce documentaire a généré une crise médiatique notamment pour l'entreprise SeaWorld, directement visée dans le documentaire. Les gestionnaires ont alors développé une nouvelle stratégie pour espérer garder leur popularité auprès de leur clientèle.

Pour mesurer les réponses concrètes à cette crise, nous avons étudié les rapports annuels de SeaWorld Entertainment (2015, 2018 et 2023). Ces documents nous détaillent les décisions prises par l'entreprise pour répondre aux nouvelles attentes du public tout en faisant état des tensions internes entre adaptation et impératifs économiques.

Enfin, cette approche a été complétée par l'analyse de données chiffrées sur l'opinion publique. Un sondage IFOP réalisé en 2018 par les associations « C'est Assez », l'association de Brigitte Bardot et 30 millions d'amis a montré que 7 français sur 10 étaient opposés à la captivité des dauphins et des orques dans des parcs aquatiques à des fins de divertissement. Ces données confirment une évolution des mentalités vis-à-vis de la captivité des cétacés dans les parcs marins et démontrent la pression que peut exercer cette opinion publique sur l'économie des parcs.

L'ensemble de ces éléments permet de constater une perception ambivalente des nouvelles normes et des changements sociétaux ressentis comme des freins pour certains acteurs (Marineland, Antibes) mais également comme des moteurs de transformation pour d'autres structures (SeaWorld).

2. La méthodologie de l'hypothèse 2

Pour cette seconde hypothèse, nous avons adopté une méthodologie axée sur la recherche documentaire associée à une analyse comparative de la stratégie des parcs et de l'évolution du discours autour de l'expérience visiteur. L'objectif était de comprendre comment les visiteurs de ce type de parcs perçoivent les transformations des parcs et si leurs motivations évoluent en conséquence.

Nous avons tout d'abord analysé les données de fréquentation des rapports annuels de l'entreprise SeaWorld. Ces rapports nous ont permis d'observer l'évolution de la fréquentation des différents parcs de l'entreprise au fil des années et en lien avec certains tournants majeurs comme la sortie du documentaire Blackfish. En effet, grâce aux données, nous avons observé une baisse de 517 000 visiteurs entre 2013 et 2015, soit environ 12% de fréquentation en moins. La chute, étroitement liée au documentaire sorti en 2013 a amené les gestionnaires des parcs à se

remettre en question quant à la légitimité des spectacles de cétacés et a contribué à une transformation de l'opinion publique.

Ces éléments montrent que SeaWorld n'a pas seulement changé ses activités, mais aussi son image pour répondre aux nouvelles attentes du public, davantage préoccupé par le bien-être animal au sein des parcs.

Le sondage IFOP de 2018 nous a également permis d'analyser l'évolution des motivations des visiteurs. Les résultats révèlent une montée des préoccupations éthiques avec une opposition marquée à la captivité des cétacés de 70% (basé sur un échantillonnage de 996 personnes de nationalité française) contre 30% qui y sont favorables. Ces résultats nationaux pourraient être un élément qui expliquerait la baisse de fréquentation de Marineland (Antibes) et qui aurait conduit le gestionnaire à fermer le parc. Cette tendance se confirme dans le sondage IFOP de 2015 dans lequel 69% des Français considèrent le bien-être animal comme un thème électoral important. Ces données confortent l'idée que les visiteurs ne perçoivent plus les parcs marins seulement comme des lieux de divertissement mais comme des lieux où l'engagement moral est bien présent.

Enfin, la comparaison entre différents parcs (Marineland, SeaWorld, Loro Parque) a été utile pour comprendre que la perception du public peut être variée selon le territoire. Même si l'entreprise SeaWorld a su garder une rentabilité économique en adaptant son offre, l'opinion publique américaine au sujet de la captivité des cétacés dans ces parcs n'est cependant pas si variée en comparaison avec l'opinion du public français. Une étude de AWI³⁶ nous démontre en effet que 82% des personnes interrogées affirment que le fait que les orques ne peuvent pas adopter un comportement naturel s'ils sont gardés en captivité, est une raison convaincante pour mettre fin à cette pratique quand 57% affirmaient que

³⁶ Animal Welfare institute : Insitut américaine de protection animale qui se consacre à atténuer la souffrance animale causée par les humains et à améliorer le bien-être des animaux partout : dans l'agriculture, le commerce, nos foyers et communautés, la recherche et dans la nature.

c'est une raison « très convaincante »³⁷. De plus, le sondage nous révèle que 72% des répondants affirment qu'ils continueraient à visiter les parcs même si ces derniers arrêtaient l'élevage d'orques.

Pour recueillir d'autres données sur l'opinion publique et se familiariser avec la conception et l'analyse de résultats d'un questionnaire quantitatif, nous avons créé et publié un questionnaire sur plusieurs canaux de communication (groupes Facebook portant sur le bien-être animal et sur la plateforme LinkedIn). Ce questionnaire rendu public sur ces deux plateformes et destiné à tous les individus (principalement d'ordre national) souhaitant partager leur avis sur la captivité a fait l'objet de 31 réponses et nous a permis d'appuyer certains aspects comme l'évolution de la perception de la captivité. En effet, à la question : **Le parc Marineland (Antibes) connaissait une forte baisse de fréquentation depuis quelques années, selon vous et de manière simple, comment expliquez-vous ce phénomène ?** 16 participants sur 31 ont estimé, d'un point de vue subjectif, que cette baisse serait principalement due à une prise de conscience sur les conditions de vie des cétacés en captivité.

Cette hypothèse a donc été explorée en confrontant les chiffres de fréquentation, les stratégies de repositionnement et les discours des parcs, croisés avec les tendances actuelles sur la question du bien-être animal.

³⁷ Animal Welfare Institute – publié le 29 mai 2014 - Poll Shows Big Jump in Percentage of Americans Opposed to Keeping Orcas Captive for Public Display
: <https://awionline.org/press-releases/poll-shows-big-jump-percentage-americans-opposed-keeping-orcas-captive-public> - Consulté le 11 avril 2025

CONCLUSION PARTIE II

Cette seconde partie nous a permis de comprendre comment les parcs zoologiques marins s'adaptent ou non aux diverses mutations qu'elles soient sociales ou juridiques. Nous avons cherché à comprendre comment ces changements, qui définissent le rapport entre les humains et les animaux en captivité peuvent impacter les parcs de différentes façons. En croisant des données statistiques issues de sondages d'opinion publique, de rapports d'entreprise ainsi que des discours institutionnels, nous avons pu confronter deux dynamiques : celle de la transformation assumée et celle de la contrainte subie. Certains parcs perçoivent les changements comme des freins à leur rentabilité, quand d'autres y voient une opportunité de transformation.

Dans un premier temps, notre analyse de trois parcs emblématiques (Marineland, Loro Parque et SeaWorld) nous a permis d'illustrer la diversité des stratégies d'adaptation adoptées par les gestionnaires de ces parcs pour répondre aux nouvelles attentes des clients et pour faire face aux nouvelles exigences législatives ainsi qu'aux critiques et polémiques grandissantes au sujet du bien-être et des conditions de vie des animaux en captivité.

Dans un second temps, nous avons approfondi notre première hypothèse selon laquelle les acteurs des parcs marins perçoivent les nouvelles législations et les mutations socio-culturelles comme un frein. Nous avons constaté que certains parcs comme SeaWorld Orlando et San Diego ont su répondre rapidement aux changements de mentalité avec notamment l'intégration d'outils immersifs, une mutation des spectacles en retirant les acrobaties forcées ou encore l'arrêt de reproduction d'orques (SeaWorld Entertainment Annual Report, 2016 & 2017). En revanche, le parc Marineland situé à Antibes, en France, a visiblement subi ces mutations, allant jusqu'à la fermeture du parc en janvier 2025. La nouvelle norme législative interdisant la captivité des cétacés en France, les diverses pressions externes ainsi que l'évolution des mentalités ont

contribué à la baisse de fréquentation du parc entraînant sa chute économique.

L'évolution de l'opinion publique s'est révélée tout aussi impactante que les normes légales, voire parfois davantage : les sondages IFOP en France et AWI aux États-Unis montrent que les visiteurs d'aujourd'hui ne cautionnent plus la captivité animale comme avant et ne perçoivent plus les parcs animaliers dans leur globalité comme étant une activité « exotique » ou « hors du commun » comme cela pouvait être considéré dans les années 1970-1980. Si Marineland a perçu ces changements comme une menace, d'autres structures comme nous l'a démontré Loro Parque et SeaWorld, ont su constituer une opportunité de repenser leur offre et leur positionnement. L'intelligence adaptative, la capacité d'anticipation et l'écoute du public ont joué un rôle décisif dans la résilience de ces établissements.

Enfin, nous nous sommes intéressés à la manière dont les visiteurs percevaient la mutation des activités en croisant des rapports annuels d'entreprise, des données chiffrées et des études d'opinion recueillies à l'aide d'un questionnaire réalisé dans le cadre de ce mémoire et publié sur deux canaux différents. Il en ressort que la fréquentation des parcs n'est pas uniquement liée à la présence de cétacés, mais de plus en plus à la qualité de l'expérience globale proposée, à sa dimension pédagogique et éthique. Cette première constatation dessine, pour certains territoires, le nouveau modèle des parcs zoologiques marins, fondé sur la sensibilisation, l'interaction virtuelle, la conservation, et non plus uniquement sur le spectacle d'animaux.

Ainsi, grâce à ces différents cas, nous avons pu démontrer que les mutations contemporaines juridiques et culturelles ne sont pas perçues de la même manière selon les acteurs en raison des différentes façons d'appréhender ces changements. Elles peuvent représenter un frein à la

rentabilité mais également un moteur de transformation pour les parcs pouvant et souhaitant s'adapter et innover leur offre.

**PARTIE III : TERRAIN D'APPLICATION : NOS
RECHERCHES SUR LE PARC MARINELAND
(ANTIBES)**

INTRODUCTION PARTIE III

Si nous avons évoqué le cas de Marineland dans les parties précédentes comme illustration d'un frein perçu par les gestionnaires face à une nouvelle législation, nous allons ici en proposer une lecture approfondie en tant qu'étude de cas centrale de notre travail. Nos deux parties précédentes nous ont permis de contextualiser, de définir, puis d'émettre des hypothèses sur la manière dont les parcs marins perçoivent et s'adaptent aux changements législatifs et sociaux. Nous nous sommes également intéressés à la perception des visiteurs face au repositionnement de ces structures. Nous avons étudié le cas de trois parcs afin d'approfondir nos recherches sur la manière dont ils gèrent les différentes pressions. Dans cette troisième et dernière partie, nous allons donc étudier de près le cas de Marineland (Antibes), qui constitue notre terrain d'étude.

Dans un premier temps, nous allons contextualiser le parc et son histoire à travers le temps. Cela nous permettra de comprendre quelle a été l'envergure derrière l'ouverture du plus célèbre parc marin d'Europe.

Dans un second temps, nous exposerons notre méthodologie de recherche que nous avons tentée d'appliquer pour le cas de Marineland (Antibes) afin de tester nos hypothèses et les vérifier.

Puis, pour finir, nous évoquerons les limites de notre étude en exposant les différentes difficultés et/ou freins rencontrés lors de la phase exploratoire et d'analyse.

Chapitre I : Marineland (Antibes), entre repositionnement et fermeture

1. Marineland, un parc emblématique au cœur des débats

Nous avons étudié, dans le cas de notre étude comparative, le cas de trois parcs dont Marineland. Nous avons fait le choix d’approfondir ce parc en raison de sa situation actuelle, qui nous a particulièrement questionnés et aidés à construire notre problématique. En effet, comme nous avons pu le constater, le parc Marineland n’a pas réussi à faire face aux divers éléments qui ont affecté son image et conduit à sa baisse de fréquentation depuis quelques années. Comme nous l’indique le gestionnaire du parc dans son communiqué de presse (PICOT Pascal, Communiqué de presse Marineland, 4 décembre 2024) :

« Aujourd'hui, l'équilibre économique n'est plus garanti et nous n'avons pas d'autres choix que de fermer et de nous conformer à la loi et de l'appliquer »

Ouvert en 1970, à une époque où on ne souciait moins du bien-être animal et des conséquences de la captivité sur certaines espèces, le parc était considéré comme le plus grand parc zoologique marin d’Europe. Sa fermeture, en grande partie liée à la mise en place de la loi française interdisant la captivité de cétacés à des fins commerciales, pourrait aussi s’expliquer par le changement de perception des visiteurs. Le président de la fondation Droit animal, éthique et sciences, qui salue la fermeture du parc exprime :

« Il y a un vrai changement de regard sur les animaux » (SCHWEITZER Louis, le 4 janvier 2025, Le Parisien)³⁸

Cette décision est le résultat d’une série de facteurs déclencheurs. Les chiffres de fréquentation évoqués par le directeur du parc confirment cette dégradation : de 1,2 million de visiteurs en 2013-2014, le parc est passé à environ 425 000 visiteurs en 2023-2024 (PICOT Pascal,

³⁸ Emilie Torgemen – publié le 4 janvier 2025 -Fin de Marineland : « Il y a un vrai changement de regard sur les animaux » : <https://www.leparisien.fr/futurs/fin-de-marineland-il-y-a-un-vrai-changement-de-regard-sur-les-animaux-04-01-2025-ET4KI5TWRJFXBBIBEA5YWLTUU.php> - Consulté le 15 avril 2025

Communiqué de presse Marineland, 4 décembre 2024). Une chute révélatrice d'un désintérêt croissant du public, amplifié par la pandémie de COVID-19, des infrastructures dites vieillissantes et le durcissement des normes législatives (loi n° 2021-1539)

Cependant, la fermeture du parc n'a pourtant pas fait l'unanimité auprès de tous. Le 25 décembre 2024, une pétition contre la fermeture a été mise en ligne par un collectif anonyme. Les auteurs affirment :

« Le directeur du parc Marineland ne pense ni aux employés ni au bien-être des animaux. Il souhaite les vendre à des fins commerciales. »³⁹

14 700 signatures ont été recueillies, et de nombreux commentaires, comme celui-ci, reflètent une opinion divergente :

« Dans ce cas, fermez les zoos également... »

Ces réactions soulignent à quel point le sujet reste clivant. Si une partie de l'opinion publique soutient la fermeture pour des raisons éthiques, une autre perçoit le parc comme un patrimoine régional et un espace éducatif qui aurait pu être transformé plutôt que supprimé.

Ces éléments démontrent la complexité de la transition à laquelle sont confrontés les parcs marins aujourd'hui : entre pression sociale, réglementation accrue, enjeux économiques et attentes morales du public.

2. Une tentative de transition inaboutie : analyse du repositionnement

Pour faire face aux multiples pressions externes, le parc Marineland a tenté au cours de ces dernières années de se réinventer afin de répondre à la nouvelle loi et correspondre davantage aux nouvelles attentes du public pour faire perdurer sa rentabilité. Cependant, comme en témoigne la fermeture, cette tentative de transition n'a visiblement pas été

³⁹Auteur anonyme - pétition très urgente contre la fermeture du parc Marineland d'Antibes : nous ne lâcherons pas notre combat ! : <https://www.mesopinions.com/petition/animaux/petition-tres-urgente-contre-fermeture-parc/237398> - Consulté le 15 avril 2025

suffisante pour regagner l'intérêt et la confiance des visiteurs. La loi n° 2021-1539 énoncée en 2021 par le ministère de la Transition écologique a en effet contraint le parc à arrêter ses spectacles d'orques et de dauphins. Une activité sur laquelle le parc s'est façonné une image dès son ouverture. Selon la direction du parc, à l'époque, les spectacles représentaient 90% de la motivation de visite (PICOT Pascal, Communiqué de presse Marineland, 4 décembre 2024). Nos données chiffrées recueillies pour cette étude dans nos parties précédentes nous démontrent alors que les motivations des visiteurs ont progressivement changé.

Privé de son attraction phare, Marineland a entrepris une phase de repositionnement en recentrant ses activités sur la sensibilisation à la biodiversité marine et à sa conservation. C'est à partir de 2023 que le parc a commencé à proposer des ateliers pédagogiques et des expositions ayant pour objectif de valoriser la connaissance du milieu marin. Cette réorientation démontrait une volonté de se rapprocher des standards observés dans d'autres structures internationales comme par exemple SeaWorld, qui a intégré progressivement des activités immersives et des manèges.

À la question : « Selon vous, plutôt que d'envisager sa fermeture, comment le parc Marineland aurait-il pu se reconvertir ? Y a-t-il des activités spécifiques qui auraient motivé votre envie de venir dans ce genre de parc ? », les réponses récoltées nous démontrent que les visiteurs auraient apprécié une reconversion des pratiques de Marineland, davantage axées sur la sensibilisation et l'immersion :

Ils auraient pu se recentrer sur des activités ludiques permettant de sensibiliser les visiteurs au bien être animal...

Parc d'attraction spécialisé dans les jeux d'eaux et de sensibilisation du monde marin.

Des expériences en VR de sensibilisation aux problématiques de manière immersive

En centre de recherche et d'étude de la faune et flore aquatique

3. Comprendre l'échec : contraintes internes et externes

Plusieurs éléments pourraient expliquer pourquoi cette tentative de transformation n'a pas abouti de manière concluante :

Les investissements réalisés n'ont pas été jugés suffisants. Contrairement à d'autres parcs ayant massivement réorienté leur offre (notamment SeaWorld avec l'introduction de montagnes russes et de dispositifs de réalité virtuelle), Marineland n'aurait pas su renouveler ses infrastructures ni proposer une expérience immersive suffisamment attractive.

La communication du parc n'aurait pas été suffisante pour tenter de faire évoluer son positionnement. Une stratégie marketing aurait alors été nécessaire pour promouvoir sa transition. Le parc aurait pu axer sa communication sur sa nouvelle image suite aux nombreuses polémiques qui pesaient sur sa réputation.

La transition est intervenue dans un contexte économique aggravé par les inondations de 2015, et la pression croissante des militants. Avec le cumul de ces facteurs, le parc aurait peut-être manqué de moyens financiers pour relancer son image.

Même si Marineland a tenté de se réinventer, le contexte économique aurait constitué un frein à la mise en place d'un nouveau modèle économique et expérientiel suffisamment solide pour garantir sa rentabilité et sa pérennité. Contrairement aux autres parcs à l'international, le parc a été contraint à une pression législative obligeant le gestionnaire à agir en conséquence. À l'aide de l'outil SWOT, nous avons établi un tableau qui nous permet d'analyser le cas de Marineland en représentant ses forces, faiblesses, opportunités et menaces :

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - Réputation historique en tant que plus grand parc marin d'Europe - Ancienneté et notoriété auprès du public français - Emplacement stratégique sur la Côte d'Azur - Expérience accumulée dans le domaine des spectacles marins 	<ul style="list-style-type: none"> - Dépendance aux spectacles de cétacés pour générer du chiffre d'affaires - Infrastructures vieillissantes - Réputation dégradée due aux polémiques et décès d'orques - Difficultés à s'adapter rapidement aux nouvelles attentes sociétales
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Réorientation vers des activités éducatives et de sensibilisation - Possibilité de reconversion en centre de conservation ou d'accueil animalier - Soutien d'une partie de la population locale pour préserver l'emploi 	<ul style="list-style-type: none"> - Législation française restrictive (loi n°2021-1539) - Concurrence avec des parcs mieux adaptés ou plus innovants - Évolution rapide de l'opinion publique sur le bien-être animal - Baisse de fréquentation menaçant la viabilité économique

Chapitre II : Méthodologie appliquée et prémices de résultats

Dans ce chapitre, nous allons voir les méthodes que j'ai utilisées dans le cadre de ce mémoire. Notre étude se basera majoritairement sur de la recherche documentaire mais sera complétée par une démarche qualitative avec des entretiens exploratoires. De plus, des données quantitatives serviront à vérifier certaines de nos données.

Ces trois méthodes ont pour objectif d'apporter des données afin de répondre à nos deux hypothèses :

1 : Les acteurs des parcs marins perçoivent les nouvelles normes et les changements socioculturels comme un frein.

2 : Les visiteurs des parcs marins sont aujourd'hui motivés par un autre type de divertissement, plus éducatif ou immersif.

La méthodologie qui va suivre nous a principalement aidés à trouver la problématique de ce mémoire. En effet, les entretiens exploratoires nous

ont servi d'appui pour exploiter au sens large du terme, le domaine du tourisme animalier. La démarche quantitative quant à elle, nous a révélé des éléments qui nous ont permis de répondre partiellement à notre deuxième hypothèse. Cette méthodologie nous a été enseignée par Sophie Thiron et Anne Dupuy lors de nos cours de *méthodes quantitatives et qualitatives* dispensés au cours de cette première année de master 2024-2025.

1. Les entretiens :

Les méthodes qualitatives sont utilisées pour comprendre et expliquer les mécanismes des opinions, des comportements, des pratiques ou des activités. L'entretien permet de s'informer et de comprendre les différents points de vue de chacun des acteurs mais également de mettre en lumière les défis et les difficultés qu'ils peuvent rencontrer dans leur activité. Il y a plusieurs façons de mener un entretien. Il peut être directif, semi-directif, autobiographique ou de groupe. Dans le cadre de ce mémoire, nous avons élaboré notre problématique uniquement grâce aux recherches documentaires. Les actualités et la lecture de plusieurs articles et de revues nous ont conduit à nous questionner sur les défis contemporains que rencontraient les parcs animaliers et spécifiquement les parcs marins, souvent au cœur de nombreux avis controversés et de polémiques au sujet du bien-être animal. Pour compléter les divers éléments que nous avons trouvés à ce sujet, nous avons élaboré un guide d'entretien destiné à interroger les acteurs directement concernés par la problématique, *les parcs zoologiques marins*.

Concernant l'échantillonnage, nous avons pu interroger avec des acteurs nationaux et internationaux, axés sur les défis qui découlent de la rencontre entre les Hommes et la faune sauvage. Nous avons rencontré une variété d'acteurs, aux professions et aux parcours différents. Nous les avons interrogés sur leur perception du tourisme animalier ou encore sur leur vision à propos de l'évolution de la prise de conscience du grand public à l'égard des pratiques touristiques impliquant des animaux.

Nous avons élaboré deux guides d'entretiens. Le premier (Annexe A), destiné à un gestionnaire ou un employé d'un parc à thème marin ayant transformé et adapté son offre face aux nouvelles attentes (exemple : SeaWorld). Puis, un second (Annexe B), destiné quant à lui uniquement au parc Marineland (Antibes), afin de mieux comprendre les raisons pour lesquelles le parc s'est vu contraint de fermer plutôt que d'envisager une reconversion adaptée en réponse à la loi française n° 2021-1539.

Ce guide d'entretien a pour objectif de trouver des données pour répondre à nos deux hypothèses que nous avons également fondées à l'aide de documentation (ouvrages, articles scientifiques, revues...) :

Pour la première hypothèse — « Les acteurs des parcs marins perçoivent les nouvelles normes et les changements socioculturels comme un frein », le guide cherche à établir :

- *la perception des normes de protection animale et environnementale par les acteurs du parc ;*
- *la manière dont ces normes ont été reçues au sein de l'organisation : comme une contrainte ou comme une opportunité ;*
- *les impacts concrets de ces normes sur la stratégie économique et les pratiques du parc ;*
- *les difficultés rencontrées dans leur mise en œuvre (techniques, humaines, financières...) ;*
- *les stratégies adoptées pour faire face à ces contraintes réglementaires et sociales ;*
- *les limites structurelles perçues par les professionnels pour répondre à ces nouvelles exigences.*

Pour la seconde hypothèse — « Les visiteurs des parcs marins sont aujourd'hui motivés par un autre type de divertissement, plus éducatif ou immersif », il cherche à établir :

- *les perceptions de l'évolution des attentes des visiteurs ;*

- *l'impact des changements opérés sur la fréquentation et la satisfaction client ;*
- *les types d'activités et d'expériences les plus plébiscitées aujourd'hui (ex. : réalité virtuelle, expositions pédagogiques, manèges...) ;*
- *les observations internes sur le comportement et la sensibilité du public aux questions de bien-être animal ;*
- *la manière dont le parc intègre ces nouvelles attentes dans son offre et sa communication ;*
- *les transformations du rôle attribué au parc dans la sensibilisation à la biodiversité.*

Enfin, l'entretien cherche également à documenter :

- *les trajectoires personnelles et les perceptions des professionnels du parc ;*
- *leur vision du futur des parcs marins dans un contexte d'évolution éthique et législative ;*
- *la possibilité (ou non) d'un modèle durable et éthiquement acceptable de parc animalier marin.*

Les questions ouvertes que nous avons rédigées permettent à la personne enquêtée de pouvoir parler librement et de développer sa réponse (Annexe A et B).

Pour des raisons diverses que nous aborderons dans le dernier chapitre de cette partie, nous n'avons pas réussi à tester ce guide d'entretien auprès des acteurs ciblés. Cependant, nous avons réussi à échanger avec différents acteurs liés directement ou indirectement au tourisme animalier. Ces entretiens exploratoires, bien qu'ils ne nous aient pas permis de tester réellement notre première hypothèse, nous ont permis d'obtenir des éléments qui ont partiellement appuyé l'idée de notre deuxième hypothèse : Les visiteurs des parcs marins sont aujourd'hui motivés par un autre type de divertissement, plus éducatif ou immersif. Nous avons en effet pu avoir différents retours sur la perception de la

considération animale dans le contexte du tourisme animalier en échangeant avec une biologiste et une personne travaillant dans la sensibilisation du voyage animalier (safari, tourisme d'observation...).

2. Le questionnaire :

Afin de compléter notre approche qualitative, nous avons élaboré un questionnaire (Annexe C) afin de réaliser une *enquête quantitative*. Cette méthode permet de recueillir des avis d'un échantillon de la population sur une thématique précise. Dans notre cas, nous voulions permettre à tout individu souhaitant participer, de pouvoir donner son avis sur le sujet même s'il n'avait jamais visité un parc à thème marin. Certaines de nos questions ouvertes sont davantage tournées vers une approche qualitative bien qu'elles soient intégrées dans une démarche quantitative. Ce choix s'explique par le fait que nous voulions obtenir un avis détaillé sur le ressenti des enquêtés.

L'objectif de ce questionnaire était double :

- *Tester notre seconde hypothèse : les visiteurs des parcs marins seraient aujourd'hui motivés par un autre type de divertissement, plus éthique et éducatif ;*
- *Comprendre les nouvelles attentes et perceptions du public vis-à-vis des parcs marins et de la captivité des cétacés.*

Le questionnaire a été diffusé sur deux canaux (groupes Facebook, LinkedIn), et a recueilli 31 réponses. Les questions portaient sur :

- *Les motivations de visite dans un parc marin ;*
- *L'avis sur la loi française de 2021 interdisant la captivité des cétacés ;*
- *La volonté de fréquenter un parc marin sans spectacle d'orques/dauphins ;*
- *L'intérêt pour des alternatives.*

Bien que le nombre de répondants soit limité, les résultats donnent des tendances qui confirment certaines évolutions de perception

évoquées dans les chapitres précédents. En effet, nous constatons que notre hypothèse sur les changements de motivation des visiteurs se confirme par des éléments de réponse axés sur des ateliers immersifs de sensibilisation ou encore sur l'utilisation de la réalité virtuelle.

3. Prémices de résultats

Les premiers résultats issus de nos entretiens et de notre questionnaire montrent une ambivalence dans les perceptions, aussi bien du côté des professionnels que des visiteurs.

Du côté des acteurs, certains témoignent d'une réelle difficulté à concilier rentabilité et transition éthique, en particulier dans les pays soumis à des législations strictes. Le cas de Marineland illustre cette tension, où la mise en conformité avec la loi a été perçue comme une contrainte plutôt qu'une opportunité.

Du côté des individus (ayant déjà visité ou non un parc marin), les réponses révèlent un intérêt croissant pour la sensibilisation et l'expérience immersive. 51,6 % des répondants indiquent venir dans un parc marin pour en apprendre davantage sur la biodiversité, et 67,7 % affirment soutenir la loi de 2021 sur l'interdiction de la captivité des cétacés, tout en continuant à souhaiter fréquenter ces parcs. Cela montre que l'attachement au monde marin ne passe plus nécessairement par le spectacle vivant, mais peut s'exprimer autrement.

Exemple de réponses qui confirment l'intérêt croissant du respect animal au sein des parcs marins :

« Proposer d'assister davantage aux activités du quotidien concernant les animaux. Le repas par exemple. Faire des espaces immersifs avec des vidéos explicatives de la vie de ces espèces. »

« Animation avec des pros et ludiques avec des ateliers sans que les animaux ne soient présents »

« Des reportages ou des spectacles immersifs, activités mettant en avant des actions concrètes pour la protection de la biodiversité et de la faune marine »

« Utilisation d'hologramme avec spectacle de nuits (un peu comme le futuroscope), spectacle/animation de sensibilisation plutôt que de divertissement »

« Peut-être proposer des expériences en VR ou des caméras en direct sur des espèces qui vivent dans la nature »

Ces premiers résultats, bien qu'ils ne soient pas représentatifs à grande échelle en raison du nombre restreint de réponses, conforteraient notre hypothèse selon laquelle les visiteurs sont attirés par de nouvelles activités, davantage axées sur la découverte et du respect de l'animal.

Chapitre III : Limites méthodologiques et pistes d'amélioration

Pour ce dernier chapitre, nous évoquerons les différentes difficultés et contraintes que nous avons pu rencontrer tout au long de notre étude.

1. Les difficultés rencontrées :

Ce mémoire n'est bien sûr pas exempt de limites. La première difficulté que nous pouvons souligner est celle de l'échéance. Avec plus de temps, nous aurions peut-être pu obtenir un entretien avec un acteur d'un parc marin afin de réaliser l'entretien qualitatif auprès du type de structure concernée par notre problématique. Cela nous aurait permis de recueillir des données clés pour tester notre première hypothèse : Les acteurs des parcs marins perçoivent les nouvelles normes et les changements sociaux culturels comme un frein. L'idéal aurait été de pouvoir interroger des acteurs des parcs Marineland et SeaWorld pour pouvoir faire une analyse croisée des résultats en comparant deux parcs aux parcours économique et historique différents.

Une autre difficulté rencontrée est celle du nombre restreint de réponses au questionnaire. Plus de réponses nous auraient permis d'accéder à plus de données pour tester notre deuxième hypothèse : Les visiteurs des parcs marins sont aujourd'hui motivés par un autre type de divertissement, plus éducatif ou immersif.

Concernant les sondages que nous avons utilisés pour nous permettre d'avoir des données quantitatives sur l'opinion publique sur la question du respect de l'animal, il aurait été pertinent de trouver des sondages de la population asiatique en raison de son fort intérêt pour les parcs marins et du nombre croissant de nouveaux parcs au Japon et en Chine. Nous aurions aimé pouvoir comparer la perception de la captivité pour comprendre davantage si les parcs de ces pays rencontrent les mêmes défis que ceux d'autres pays. De même, les sondages de l'IFOP que nous avons évoqués dans notre partie II (Les français et les animaux en captivité) sont des sondages récents. Nous ne sommes pas parvenus à

trouver des sondages datant des années 1970-1980, années où les parcs marins connaissent un plein essor et un réel succès auprès des visiteurs. Cela nous aurait encore une fois, aidé à réaliser une analyse croisée des données sur la prise de conscience du bien-être animal en milieu captif.

2. Les pistes d'amélioration

À la suite des difficultés que nous avons rencontrées, plusieurs axes d'amélioration peuvent être envisagés pour renforcer la pertinence et la solidité méthodologique d'un travail futur comme le mémoire de la seconde année de Master.

Tout d'abord, le questionnaire aurait pu être optimisé notamment sur la diffusion et la période. En effet, le questionnaire a peut-être été diffusé trop tôt dans l'étude (janvier 2025). Des questions plus précises auraient peut-être été plus pertinentes pour les données que nous recherchions à obtenir. Cela aurait permis d'affiner certaines questions à partir des premiers résultats d'analyse documentaire ou de l'avancée de la problématique. De plus, un délai plus long aurait favorisé une diffusion plus large sur différentes plateformes (forums spécialisés, réseaux de visiteurs de parcs marins), ce qui aurait potentiellement permis de collecter un échantillon plus représentatif et plus large.

Concernant l'absence d'entretiens, du temps supplémentaire aurait été nécessaire pour nous permettre d'obtenir des réponses de la part des acteurs contactés. Plus de présence sur le terrain serait nécessaire pour l'étude de l'an prochain.

La comparaison internationale quant à elle, aurait pu être faite si nous avions davantage mené de recherches d'études, d'enquêtes, d'articles scientifiques axés sur le tourisme animalier sur le continent asiatique.

Pour finir, nous aurions pu renforcer notre analyse historique par la mobilisation d'archives ou d'anciens rapports des années 1970-1980. Cela aurait permis de mieux contextualiser l'évolution du regard porté

sur les spectacles animaliers marins et de mettre en lumière, avec plus de précision, l'émergence progressive d'une conscience éthique collective.

Ces pistes d'amélioration nous permettront d'adopter une méthodologie plus organisée en termes de planification et de collecte des données, mais aussi de renforcer les stratégies d'analyse pour apporter des données plus précises, ciblées et comparatives, dans la perspective d'un travail de recherche plus abouti en deuxième année de Master.

CONCLUSION PARTIE III

Dans cette troisième et dernière partie de ce mémoire, nous avons choisi dans un premier temps de développer notre terrain d'étude principal : Marineland Antibes (France). Nous avons tenté de comprendre comment un parc aussi emblématique a été contraint de fermer son accès au public en 2025. Nous avons retracé son parcours et sa tentative de repositionnement et nous en avons retenu un cas concret révélateur des tensions entre transformations législatives, attentes sociétales et enjeux économiques. À travers cette étude de cas, nous avons cherché à illustrer notre première hypothèse : certains parcs marins perçoivent les nouvelles normes et les mutations sociales comme des freins à leur modèle économique.

Dans un second temps, nous avons exposé la méthodologie de notre recherche. Nous avons évoqué les deux méthodes utilisées pour recueillir les données que nous avons traitées. L'élaboration de deux guides d'entretien, le questionnaire, l'analyse de documents et de rapports annuels nous ont permis de croiser des données qualitatives et quantitatives. Ces méthodes, bien que limitées par des contraintes de temps, nous a permis de poser les premières bases d'une réflexion sur les perceptions des acteurs et des visiteurs. Les prémices de nos résultats laissent apparaître un intérêt croissant du public pour des formes de divertissement plus éducatives et respectueuses du bien-être animal, confortant ainsi notre seconde hypothèse.

Enfin, cette partie a été l'occasion de faire un retour critique sur notre propre démarche. Les limites que nous avons rencontrées, notamment l'impossibilité de réaliser certains entretiens et le nombre restreint de réponses au questionnaire ne remettent pas en cause la validité de notre questionnement, mais soulignent la nécessité de poursuivre cette recherche.

CONCLUSION GÉNÉRALE :

Ce mémoire a pour objectif de comprendre les défis majeurs des parcs zoologiques marins. Comment s'adaptent-ils ou non face aux différentes mutations que nous avons analysées notamment concernant l'évolution des normes législatives et des mentalités. Nous avons, à l'aide de notre analyse comparative de plusieurs parcs, de notre examen de rapports institutionnels et économiques et de la collecte de données quantitatives et qualitatives, pris connaissance des différentes adaptations (ou de blocages) mises en œuvre par les acteurs des parcs zoologiques.

Dans cette étude, nous avons tenté de confirmer deux hypothèses : d'une part, que les acteurs des parcs zoologiques marins perçoivent les mutations sociétales et législatives comme un frein à leur modèle de gestion, et d'autre part, que les motivations des visiteurs à l'égard de ces établissements ont changé pour laisser place à un intérêt pour des formes de divertissement plus respectueuses du bien-être animal.

Les résultats de notre étude nous ont partiellement confirmé ces deux hypothèses tout en révélant des nuances notables. En effet, la nouvelle loi française n°2021-1539 a représenté un obstacle direct pour le parc Marineland Antibes qui s'est vu fermer ses portes en janvier 2025. Cependant, la mise en place de cette loi n'est pas la seule menace pour ce type d'établissement qui connaît depuis quelques années de nombreuses polémiques, accentuées par les réseaux sociaux et les militants pour le bien-être animal. Le cas de la société Seaworld, qui a connu des tensions à la suite de la sortie du documentaire Blackfish, nous a démontré que la prise en compte des nouvelles attentes des visiteurs a été essentielle pour regagner leur confiance. Le changement d'image et la transformation de certaines pratiques de manière plus éthiques et respectueuses se sont montrés vertueux. Le cas de Loro Parque, qui a pourtant lui aussi été pointé du doigt par les militants de la protection animale, a su mettre en place une stratégie d'adaptation en créant « Loro

Parque Fundación » en 1994. Cette organisation, dédiée à la recherche scientifique, la reproduction d'espèces en danger, et la sensibilisation du public, démontre la volonté du parc à vouloir contribuer à la protection des espèces menacées. Ce parc, bien qu'il continue à être critiqué pour ses spectacles d'orques et de dauphins, met l'accent sur la sensibilisation du public aux enjeux de la conservation, ce qui lui permet aujourd'hui de pérenniser son activité malgré les avis controversés.

Du côté de l'évolution des mentalités, nos analyses (données de fréquentation, questionnaire, avis en ligne...) nous montrent que les motivations des visiteurs changent considérablement. Le bien-être animal est au cœur des préoccupations d'un bon nombre de visiteurs, comme en témoignent les avis laissés sur le site internet des parcs. Les spectacles de cétacés, qui constituaient à l'époque l'activité phare de ce type d'établissement, ne sont visiblement plus au centre des intérêts et laissent place à une attente de sens et de respect de l'animal. Notre questionnaire nous a permis de constater que les visiteurs seraient prêts à fréquenter les parcs zoologiques marins même sans représentations d'orques et de dauphins.

Concernant le parc Marineland, notre terrain d'étude, il illustre parfaitement la complexité à laquelle les parcs zoologiques marins sont confrontés aujourd'hui. Bien qu'il soit aujourd'hui le seul parc marin à être soumis à des normes législatives, il aurait peut-être réussi à regagner la confiance de ses visiteurs en proposant davantage d'activités immersives et de sensibilisation de la biodiversité marine comme en témoignent les suggestions que nous avons recueillies dans notre questionnaire.

À travers cette étude, nous avons pu constater que les parcs zoologiques marins sont confrontés à de nouveaux défis. Du côté de la perception du public, nous avons souligné un paradoxe entre la volonté d'admirer et d'en apprendre davantage sur ces animaux et le souhait de ne plus les

voir dans un milieu captif, non adapté à leur épanouissement. Si ces établissements veulent continuer d'exister et maintenir une rentabilité viable, ils devront constamment s'adapter aux nouvelles attentes d'un public qui porte un regard majoritairement plus soucieux du bien-être animal en milieu captif. L'évolution du modèle implique des mutations en matière d'infrastructures, de communication, des activités proposées et des discours. Mais cela implique également une nouvelle représentation de l'animal au sein de l'industrie du loisir. À l'heure où les enjeux écologiques sont de plus en plus médiatisés, les parcs marins sont appelés à devenir non plus des lieux uniquement de divertissement, mais des espaces de médiation, d'apprentissage et de sensibilisation au Vivant.

BIBLIOGRAPHIE :

Arpagian Nicolas, 2010, « Internet et les réseaux sociaux: outils de contestation et vecteurs d'influence?: », *Revue internationale et stratégique*, 28 juin 2010, n° 78, n° 2, p. 97-102.

Ballantyne R, Packer J et Hughes K, 2009, « Tourists' support for conservation initiatives at wildlife tourism experiences. *Tourism Management* », 2009, p. 658-664.

Boncœur Jean, Noël Jean-François, Sabourin Agnès et Tsang King Sang Jessy, 2007, « La gouvernance des aires marines protégées : le projet de parc marin en Iroise, un exemple de processus participatif? », *Mondes en développement*, 2007, n° 138, n° 2, p. 77.

Boyer Marc, 2000, *Histoire de l'invention du tourisme*, s.l., 448 p.

Bradley Ben et Little J. I., 2016, « Introduction: L'histoire du tourisme au Canada/Canadian Tourism History », *Histoire sociale/Social history*, 2016, vol. 49, n° 99, p. 235-242.

Burgat Florence, 2022, « Les animaux ont-ils des droits? », 2022, (coll. « Doc' en poche »).

Chansigaud Valérie, 2013, *L'homme et la nature une histoire mouvementée*, s.l., 271 p.

Chanteloup Laine, 2016, « Du tourisme de chasse au tourisme d'observation, l'expérience touristique de la faune sauvage: L'exemple de la réserve faunique de Matane (Québec) », *Téoros*, 9 juin 2016, vol. 32, n° 1, p. 17-26.

Clifford James, 1988, *The Predicament of Culture: Twentieth-Century Ethnography, Literature, and Art*, s.l.

Combes Cl et Guitton Ch, 1999, *L'homme et l'animal*, s.l.

Curtin Susanna, 2005, « Nature, Wild Animals and Tourism: An Experiential View », *Journal of Ecotourism*, juin 2005, vol. 4, n° 1, p. 1-15.

De Chassey Christophe, Delmarle Ophélie, Duval Emmanuel et Maud'hui Philippe, 2018, *Des parcs aux sites de loisirs*, Atout France., s.l., 123 p.

Delisle Marie-Andrée et Jolin Louis, 2007, *Un autre tourisme est-il possible ?*, s.l., 144 p.

Devillairs Laurence, 2019, « Le visage de l'animal: », *Études*, 20 novembre 2019, Décembre, n° 12, p. 55-63.

Fabre Agnès, « De la protection animale au bien-être animal : analyse historique et juridique d'émergence du terme bien-être animal ».

Fagan Brian, 2015, *La grande histoire de ce que nous devons aux animaux*, s.l., 383 p.

Fennell David A., 2011, « Tourism and Animal Ethics », 2011.

Fennell David A. et Sheppard Valerie, 2021, « Tourism, animals and the scales of justice », *Journal of Sustainable Tourism*, 4 mars 2021, vol. 29, n° 2-3, p. 314-335.

FITZPATRICK M et FERGUSON L, 2010, « Theme parks as tourist attractions: History and commercial impact. », 2010, p. 254-265.

François-Lecompte Agnès et Prim-Allaz Isabelle, 2011, « Les Français et le tourisme durable : étude des représentations », *Décisions Marketing*, 1 octobre 2011, vol. 64, p. 47-58.

Frioux Dalibor, 2016, « Le boom de la question animale en France », *Études*, 24 mai 2016, Juin, n° 6, p. 89-90.

Frochot Isabelle et Legohérel Patrick, 2018, *Marketing du tourisme - 4e éd : Construire une stratégie efficace*, s.l., 328 p.

Gouabault Emmanuel, 2007, « Petite mythologie du delphinarium: Antibes et ses dauphins », *Sociographe*, 2 janvier 2007, N° 23, n° 2, p. 71-81.

Graber J, 2020, « The Ethical Dimension of Tourism and Animal Welfare: A Case Study of SeaWorld », 2020 p. 35-50.

Gravari-Barbas Maria et Graburn Nelson, 2012, « Imaginaires touristiques », 2012.

Hardouin-Fugier Elisabeth et Baratay Éric, 1998, *Zoos. Histoire des jardins zoologiques en Occident (XVIIe-XXe siècle)*, Éditions La Découverte., s.l.

Hayward Matt W., Somers Michael J., Kerley Graham I.H., Perrin Mike R., Bester Marthán N., Dalerum Fredrik, San Emmanuel Do Linh, Hoffman Louw C., Marshal Jason P., Mills Michael G.L., Nel Jan A.J. et Owen-Smith Norman, 2012, « Animal Ethics and Ecotourism », *South African Journal of Wildlife Research*, octobre 2012, vol. 42, n° 2, p. iii-v.

Jett J. W. et al, 2021, « Marine Mammal Welfare and Ethics in Zoos and Aquariums », 2021 p.

Kelling A. S., 2017, « The changing landscape of marine park management », 2017 p.

LacARRIERE Monica, 2006, « Touristes et « non-touristes » dans le monde de l'interculturalité Un regard à partir du patrimoine immatériel 1* », 2006.

Lanquar Robert, 1991, *Les parcs de loisirs*, s.l., 125 p.

Le Marec Joëlle, 2017, « Les pratiques de visite au zoo: S'inspirer du public pour une réflexion contemporaine sur les rapports aux savoirs », *Questions de communication*, 31 décembre 2017, n° 32, p. 75-104.

Leroux Erick, 2010, « Vers un Tourisme Durable ou un écotourisme »:, *Management & Avenir*, 1 juillet 2010, n° 34, n° 4, p. 234-238.

LINDSTROM M, 2016, « From Shows to Sanctuaries: The Evolving Role of Marine Parks », 2016, p. 105-118.

Mormède Pierre, 2021, « Présentation de la problématique du bien-être des animaux », *Bulletin de l'Académie vétérinaire de France*, 2021, vol. 174.

Nouët Jean-Claude, 2013, « Chapitre 5. L'animal sauvage au regard du droit et de l'éthique en France », *Journal International de Bioéthique*, 2013, vol. 24, n° 1, p. 65-76.

Orams Mark B., 2002, « Feeding wildlife as a tourism attraction: a review of issues and impacts », *Tourism Management*, juin 2002, vol. 23, n° 3, p. 281-293.

Pihet Christian, « Venir voir les animaux: faune sauvage et développement des territoires touristiques ».

Pouillard Violette, 2016, « Quelques éclairages sur l'histoire des relations entre hommes et animaux de zoo,: issus du jardin zoologique de Londres (1828-vers 2000) », *Histoire urbaine*, 21 janvier 2016, n° 44, n° 3, p. 125-138.

Pratviel Esteban, 2018, « Les Français et les animaux en captivité », 2018.

Regad Caroline et Riot Cedric, 2024, « Le droit des animaux en France : Droit positif, droit prospectif et appréhension du droit du vivant », *LEOH - Journal of Animal Law, Ethics and One Health*, 18 juillet 2024, p. 24-34.

Salazar N.B, 2012, « Tourism Imaginaries and the Power of Exotica », 2012, p. 273-296.

Schanzel et McIntosh, 2000, « Tourist satisfaction with wildlife tourism experiences in New Zealand », 2000, p. 439-444.

Suárez-Rojas Chaitanya, González Hernández Matías M. et León Carmelo J., 2023, « Sustainability in whale-watching: A literature review and future research directions based on regenerative tourism », *Tourism Management Perspectives*, juin 2023, vol. 47, p. 101120.

Tapper Richard, 2006, *Wildlife watching and tourism: a study on the benefits and risks of a fast growing tourism activity and its impacts on species*, [Nairobi]: Bonn, United Nations Environment Programme ; Secretariat of the Convention on the Conservation of Migratory Species of Wild Animals, 65 p.

Wearing S et Neil J, 2009, *Ecotourism: Impacts, potentials and possibilities*. Routledge., s.l.

WILLIAMS A, 2015, « Tourism and leisure economics in the context of animal entertainment. », 2015, p. 243-257.

« Ouvrages en débat », *Natures Sciences Sociétés*, 2018, avril 2018, vol. 26, n° 2, p. 230-245.

TABLE DES ANNEXES :

Annexe A – Guide d’entretien (parc marin ayant adapté son offre).....	80
Annexe B – Guide d’entretien (parc Marineland Antibes, France).....	83
Annexe C – Questionnaire.....	85

ANNEXE A : Guide d'entretien (parc marin ayant adapté son offre)

Bonjour, je suis étudiante en première année de Master Tourisme et Développement à l'Université de Toulouse Jean Jaurès. Dans le cadre de mon mémoire que je rédige sur la manière dont les parcs animaliers marins font face aux nouvelles mesures de protection animales et aux changements sociaux culturels, je souhaite rencontrer des acteurs qui seraient en mesure de répondre à mes questions dans l'objectif de mieux comprendre les perceptions de ces nouvelles mesures.

Cet entretien a pour objectif de mieux comprendre les perceptions du tourisme animalier, ses vocations mais aussi ses limites vis-à-vis du bien-être animal. Sa durée est comprise entre 45 min et 1h. Tout ce que vous nous direz restera anonyme, votre identité ne sera donc pas divulguée. Êtes-vous d'accord pour que cet entretien soit enregistré ? Cela est dans le seul but de faciliter mon analyse de l'entretien. Le résultat de notre entretien sera uniquement traité dans le cadre de mon mémoire.

1. Parcours professionnel et rôle dans le parc

Pouvez-vous me parler brièvement de votre parcours professionnel ?

Depuis combien de temps travaillez-vous dans ce parc ?

Quel est votre rôle actuel au sein du parc ?

Quelles ont été vos principales missions au cours des dernières années, notamment dans le contexte de transformation de l'offre ?

2. Perception des critiques et réactions à la controverse

Comment avez-vous vécu la médiatisation du parc après des polémiques comme le documentaire Blackfish ?

Selon vous, quelles ont été les critiques les plus marquantes adressées au parc à cette époque ?

Comment le parc a-t-il réagi en interne ? A-t-il modifié sa stratégie à la suite de ces critiques ?

Ces polémiques ont-elles influencé vos pratiques quotidiennes ?

3. Adaptation de l'offre et de l'expérience proposée

Quelles modifications concrètes ont été apportées à l'offre du parc depuis ces dernières années ?

Avez-vous supprimé ou modifié certaines de vos activités ? Si oui, pour quelle(s) raison(s) ?

Des alternatives comme la réalité virtuelle ou les expositions immersives ont-elles été introduites ou envisagées ?

Comment ces transformations ont-elles été accueillies en interne ? Par les équipes, les dresseurs...

4. Communication et repositionnement de l'image

Comment le parc a-t-il adapté sa communication pour refléter ses nouvelles orientations ?

Des campagnes ont-elles été mises en place pour insister sur des thématiques comme la conservation, la recherche ou l'éducation ?

Comment parvenez-vous à valoriser ces changements auprès du grand public ? Avez-vous observé une évolution des retours ou des perceptions des visiteurs ?

5. Perception et attentes des visiteurs

Avez-vous remarqué une évolution dans les attentes du public vis-à-vis de la présence animale ?

Les visiteurs posent-ils davantage de questions sur le bien-être des animaux ?

Avez-vous constaté une variation de la fréquentation après les changements apportés ?

Proposez-vous aujourd'hui plus de contenus éducatifs ou de sensibilisation ? Sont-ils bien reçus ?

Les visiteurs continuent-ils à venir principalement pour les animaux, ou d'autres types d'attractions prennent-ils le relais (manèges, expériences immersives...) ?

6. Ressources, contraintes et enjeux économiques

Ces changements ont-ils nécessité des investissements importants ?

Le parc a-t-il été soutenu financièrement ou stratégiquement par la direction/groupe mère ?

Avez-vous rencontré des freins ou résistances internes face à la transformation de l'offre ?

Pensez-vous que ces nouvelles orientations sont économiquement viables à long terme ?

7. Vision personnelle et perspectives d'avenir

Selon vous, quel est l'avenir des parcs marins dans un contexte de plus en plus soucieux du bien-être animal ?

Pensez-vous que les visiteurs sont prêts à accepter un parc sans spectacle animal ?

En tant que professionnel(le), comment voyez-vous votre métier évoluer dans les années à venir ?

Avez-vous personnellement le sentiment de participer à une mission de sensibilisation et de transformation du lien homme/animal ?

ANNEXE B : Guide d'entretien (parc de Marineland Antibes, France)

Bonjour, je suis étudiante en première année de Master Tourisme et Développement à l'Université de Toulouse Jean Jaurès. Dans le cadre de mon mémoire que je rédige sur la manière dont les parcs animaliers marins font face aux nouvelles mesures de protection animales et aux changements sociaux culturels, je souhaite rencontrer des acteurs qui seraient en mesure de répondre à mes questions dans l'objectif de mieux comprendre les perceptions de ces nouvelles mesures.

Cet entretien a pour objectif de mieux comprendre les perceptions du tourisme animalier, ses vocations mais aussi ses limites vis-à-vis du bien-être animal. Sa durée est comprise entre 45 min et 1h. Tout ce que vous nous direz restera anonyme, votre identité ne sera donc pas divulguée. Êtes-vous d'accord pour que cet entretien soit enregistré ? Cela est dans le seul but de faciliter mon analyse de l'entretien. Le résultat de notre entretien sera uniquement traité dans le cadre de mon mémoire.

1. Parcours professionnel et contexte

Pouvez-vous me parler de votre parcours professionnel ?

Depuis combien de temps travaillez-vous (ou avez-vous travaillé) dans ce parc ?

Quelles sont vos principales responsabilités dans le parc ?

2. Perception des mesures et norme de protection

Pouvez-vous me parler des principales normes ou mesures de protection environnementale qui s'appliquent à votre parc ?

Comment percevez-vous ces normes ? Sont-elles perçues comme une contrainte ou une opportunité ?

Pensez-vous que ces mesures sont adaptées à la réalité du terrain ?

Pourquoi ?

3. Adaptation et modification des pratiques (loi française n° 2021-1539)

Comment le parc adapte-t-il ses infrastructures et ses pratiques pour respecter la nouvelle loi française de 2021 interdisant la captivité des cétacés à des fins commerciales ?

Quelles actions concrètes avez-vous mises en place pour répondre à cette nouvelle norme ?

Avez-vous adapté les conditions de vie des animaux (bassins, alimentation, soins, etc.) ?

Avez-vous modifié ou remplacé certains spectacles ou interactions avec le public ?

Avez-vous rencontré des difficultés lors de la mise en place de ces changements ?

Quelles ressources (financières, humaines, logistiques) ont été mobilisées pour s'adapter ?

Y a-t-il eu des ajustements qui ont été difficiles à accepter ou à mettre en œuvre ?

4. Évolution de l'offre et de la communication

Avez-vous adapté votre stratégie de communication pour mettre en avant ces changements ?

Avez-vous mis en place des actions spécifiques pour sensibiliser le public à la protection des animaux marins ?

Proposez-vous des supports pédagogiques ou des ateliers de sensibilisation ?

5. Impact sur la perception et l'expérience des visiteurs

Les visiteurs sont-ils informés des mesures mises en place pour la protection des animaux ?

Avez-vous remarqué une évolution dans le comportement ou la perception des visiteurs face à ces changements ?

Pensez-vous que les visiteurs perçoivent positivement ces adaptations ?

Selon vous, les visiteurs sont-ils plus sensibles aujourd'hui aux enjeux de protection des animaux marins ?

Avez-vous remarqué une évolution dans la fréquentation ou dans la satisfaction des visiteurs liée à ces changements ?

Avez-vous remarqué une différence dans la satisfaction globale des visiteurs ?

Selon vous, les visiteurs perçoivent-ils ces changements comme une amélioration ou une perte par rapport à leur expérience précédente ?

Comment envisagez-vous l'évolution de l'offre pour répondre à ces nouvelles attentes ?

6. Perception personnelle et vision à long terme

Comment percevez-vous l'impact de ces normes sur le bien-être des animaux ?

Si vous aviez la possibilité de modifier ou d'adapter certaines normes, que feriez-vous ?

Selon vous, quel est l'avenir des parcs marins face à la pression des normes de protection ?

Aimeriez-vous continuer à travailler dans ce domaine ? Pourquoi ?

Comment voyez-vous l'avenir des parcs zoologiques marins dans le contexte actuel de protection de la faune marine en milieu captif ?

Envisagez-vous de nouvelles approches pour continuer à attirer le public tout en respectant les normes ?

Selon vous, quel est le rôle des parcs marins dans la sensibilisation du grand public à la protection de la biodiversité marine ?

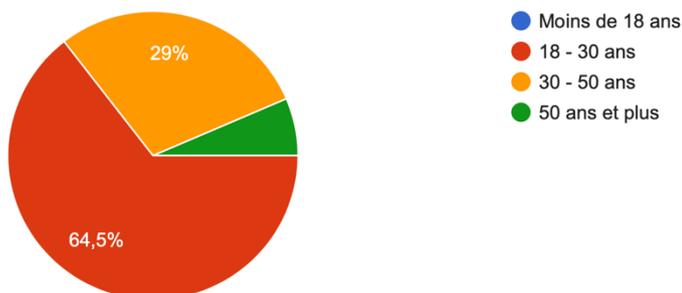
ANNEXE C : Le questionnaire

Perception sur l'activité des parcs animaliers marins et sur leur reconversion face aux diverses pressions (médiatiques, législatives...)

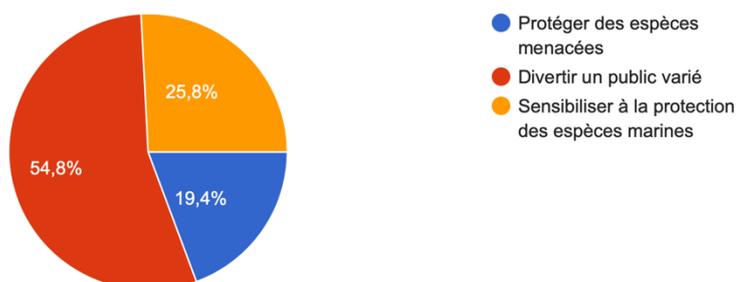
Étudiante en première année de Master tourisme et développement, je rédige mon mémoire sur l'industrie du tourisme animalier en axant mes recherches sur l'activité des parcs animaliers marins (SeaWorld, Marineland etc...) Ce questionnaire a pour objectif de recueillir l'opinion des visiteurs sur les mesures de protection des cétacés (dauphins, orques) et les répercussions de la loi de 2021 interdisant leur captivité dans les parcs marins. Je souhaite comprendre comment ces évolutions influencent votre expérience en tant que visiteur et vos attentes vis-à-vis des pratiques de l'industrie du tourisme animalier. Vos réponses m'aideront à mieux cerner les perceptions du public sur l'équilibre entre conservation, éducation et divertissement. Vos réponses seront anonymes et uniquement utilisées pour mon mémoire dans le cadre scolaire. Merci par avance pour votre participation !

Quel est votre âge ?

31 réponses

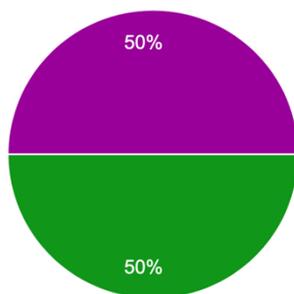


31 réponses



Si oui, quel était ce/ces parc(s)?

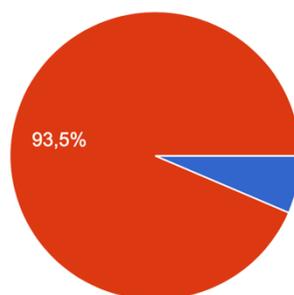
2 réponses



- SeaWorld
- Marineland (Antibes)
- Loro Parque (Tenerife)
- Branféré
- Parc tortue à la réunion

Avez-vous visité un parc à thème marin au cours des 12 derniers mois ?

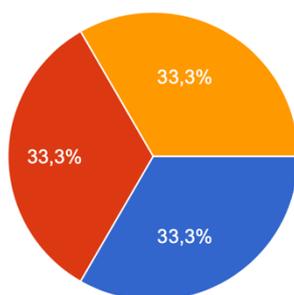
31 réponses



- Oui
- Non

Si oui, vous étiez :

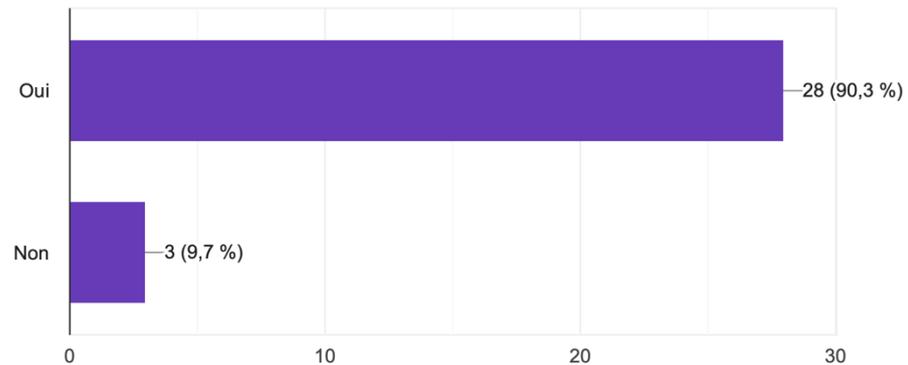
3 réponses



- En famille (avec enfant(s))
- En famille (sans enfant(s))
- En couple
- Entre ami(e)s

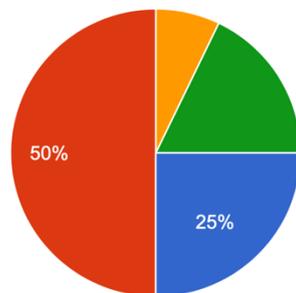
Avez-vous déjà assisté à un spectacle incluant de la faune marine ? (dauphins, otaries...)

31 réponses



Si oui, qu'avez-vous pensé de la prestation d'un point de vue divertissement ?

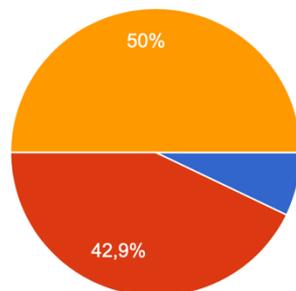
28 réponses



- La prestation était très divertissante, j'ai passé un excellent moment
- J'ai trouvé ça plutôt divertissant dans l'ensemble
- Ce n'était pas vraiment ce à quoi je m'attendais
- Je n'ai pas été divert(e) du tout

Et qu'en avez-vous pensé d'un point de vue éthique ?

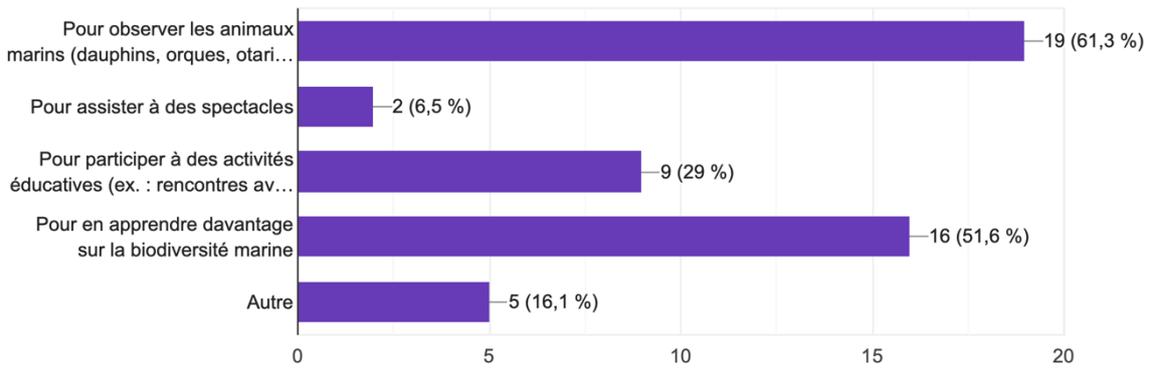
28 réponses



- La prestation était irréprochable et respectueuses envers les cétacés
- Dans l'ensemble, la prestation ne m'a pas choqué(e) d'un point de vue éthique, bien que je...
- Selon moi, ces spectacles manquent de considération pour le bie...

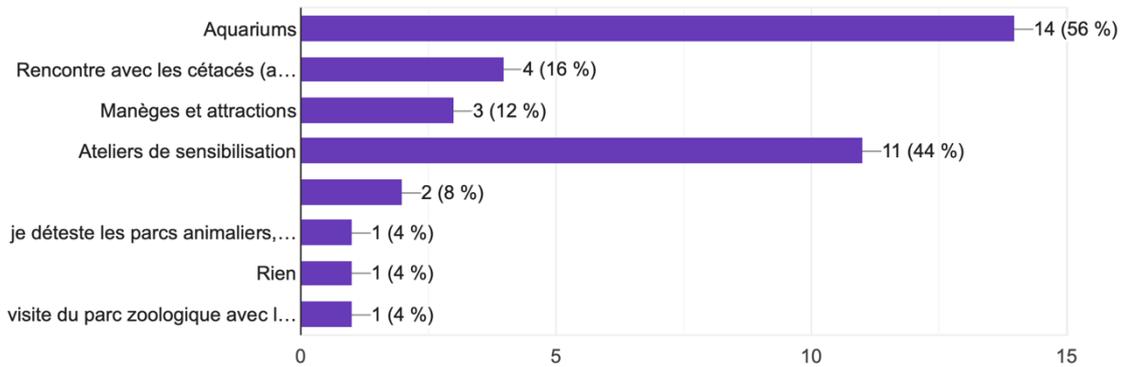
Pour quelles raisons principales avez-vous ou voudriez-vous visiter un parc animalier marin ?

31 réponses



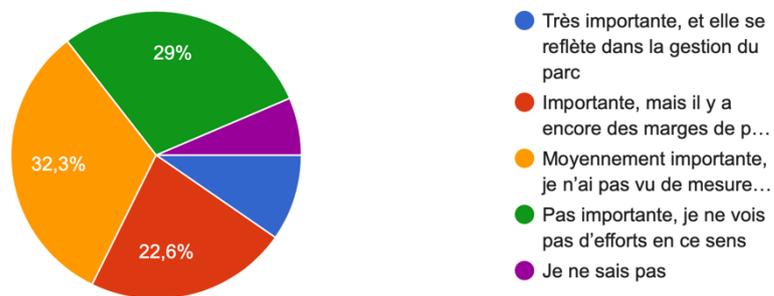
Quelles activités avez-vous appréciées au sein du parc, en dehors des spectacles ? (variables d'un parc à l'autre)

25 réponses



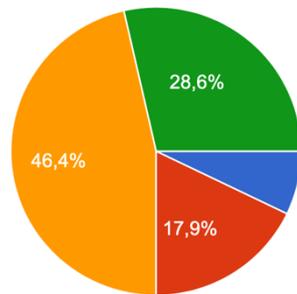
Dans quelle mesure pensez-vous que la protection des animaux marins est une priorité pour les parcs ?

31 réponses



Lors de votre visite, avez-vous observé des actions visibles concernant la protection des espèces marines ?

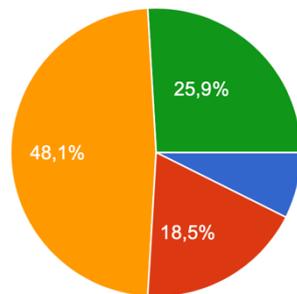
28 réponses



- Oui, plusieurs actions visibles et clairement expliquées
- Oui, quelques actions visibles mais pas suffisamment mises en...
- Non, il n'y avait pas d'actions spécifiques mi...
- Je ne sais pas, je n'ai pas observé de telles actions

Comment évaluez-vous la qualité des programmes éducatifs sur la protection des espèces marines dans ces parcs ?

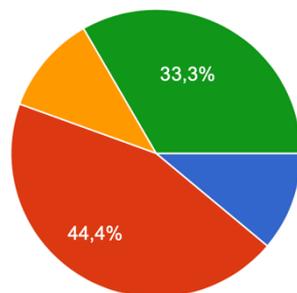
27 réponses



- Très complet et pédagogique
- Assez complet, mais pourrait être amélioré
- Peu informatif, manquait de détails
- Aucun programme éducatif visible

Avez-vous observé des changements dans les pratiques touristiques du/des parc(s) visité(s), tels que l'arrêt de certains spectacles d'animaux ou l'i...tion de programmes éducatifs sur la conservation ?

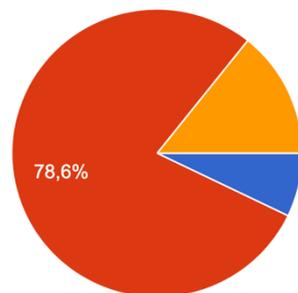
27 réponses



- Oui, des changements majeurs
- Oui, quelques changements mineurs
- Non, rien n'a changé
- Je ne sais pas

Si vous avez constaté des changements, ont-ils eu un impact sur votre expérience en tant que visiteur ?

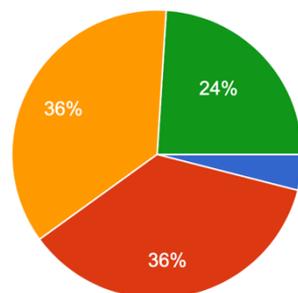
14 réponses



- L'expérience a été enrichie, plus éducative et respectueuse
- L'expérience est restée la même
- J'ai trouvé que ces changements diminuaient l'attractivité du parc

Avez-vous perçu un changement dans la manière dont ce(s) parc(s) traite(nt) les animaux marins, passant d'une logique de divertissement à une logique de conservation et d'éducation ?

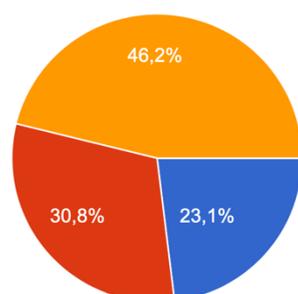
25 réponses



- Oui, cela se reflète clairement dans les activités proposées
- Oui, mais il reste encore des aspects de divertissement animalier
- Non, l'approche reste centrée sur le divertissement...
- Je ne sais pas, je n'ai pas vu de changement notable

Avant votre visite, étiez-vous conscient(e) des enjeux liés à la captivité des cétacés ?

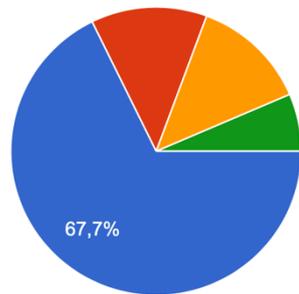
26 réponses



- Oui, j'étais très bien informé(e)
- Oui, mais je n'avais qu'une connaissance superficielle
- Non, je n'en savais pas grand-chose

Selon vous, quelle est l'importance de la sensibilisation des visiteurs pour le succès d'un modèle de tourisme durable et respectueux des animaux marins ?

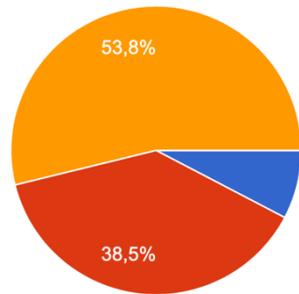
31 réponses



- Très importante, elle est essentielle pour garantir la réussite du modèle
- Assez importante, mais d'autres facteurs doivent aussi être pris en compte
- Peu importante, les actions doivent d'abord venir des institutions et...
- Pas importante du tout

Après votre visite, estimez-vous avoir acquis plus de connaissances sur les menaces pesant sur les cétacés captifs dans ces parcs ?

26 réponses



- Oui, beaucoup plus
- Oui, un peu plus
- Non, pas vraiment
- Je ne sais pas

Depuis la loi française de 2021 interdisant la captivité des cétacés dans ce type de parc, quelles activités suggèreriez-vous aux parcs marins pour maintenir leur attractivité sans recourir aux spectacles impliquant des animaux marins ?

31 réponses

Simulation en réalité virtuelle

Malheureusement il n'y a plus rien à faire, ce modèle économique est mort. Pour de mauvaises raisons

Casque de réalité virtuelle pour observer des cétacés

Des documentaires

Aucune.

Proposer d'assister davantage aux activités du quotidien concernant les animaux. Le repas par exemple. Faire des espaces immersifs avec des vidéos explicatives de la vie de ces espèces.

Animation avec des pros et ludiques avec des ateliers sans que les animaux ne soient présents

Les cirques marins sont d'un autre temps. Les cétacés souffrent en captivité, cette industrie doit cesser.

Des activités de sensibilisation, ou des offres de week-end /journées ou on se met à la place d'un soigneur par exemple qui sont déjà fait dans certains zoo ou réserves

Donne une seconde chance aux cétacés malade ou handicapé! En leur offrant de la nourriture (pas besoin de chasser) et un espace adaptés (aquarium grand et limité à 2 cétacé) !

Des spectacles lumineux, films, des activités ludiques

De l'immersion en réalité augmentée

Spectacle avec holograme, investir dans des sanctuaires et les rendre visitables

utiliser des hologrammes comme dans les cirques en allemagne

Utilisation d'hologramme avec spectacle de nuits (un peu comme le futuroscope), spectacle/animation de sensibilisation plutôt que de divertissement

Peut-être proposer des expériences en VR ou des caméras en direct sur des espèces qui vivent dans la nature

D'autres techniques type réalité virtuelle ou hologrammes

Aucune

Des films en salle imax ou immersive comme au futuroscop suivant la vie des animaux marins. Sinon des séances avec des casques VR pour s'immerger dans la vie des animaux marins.

Ateliers de sensibilisation, apprendre l'histoire des cétacés comme d'où ils viennent pourquoi ils sont là.

Ils pourraient sensibiliser les visiteurs sur l'impact des animaux marins dans leur environnement naturel. les risques qu'ils encourent et comment les protéger

Musée, utilisation numérique

Valorisation des comportements dans leurs espaces naturels, mise en avant des pratiques dans les centres de soins permettant ainsi de mettre en avant les activités humaines impactant la faune sauvage

Des ateliers, expositions sur le thème...

/

Aucune idée

Aucune

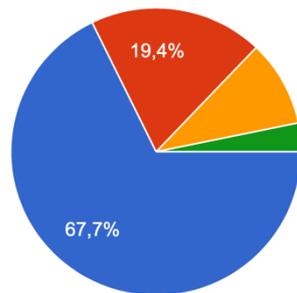
Des présentations par les soigneurs

Des reportages ou des spectacles immersifs, activités mettant en avant des actions concrètes pour la protection de la biodiversité et de la faune marine

utiliser des hologrammes comme dans les cirques en allemagne

Quel est votre avis sur la loi française de 2021 interdisant la captivité des cétacés (dauphins, orques) dans les parcs marins ?

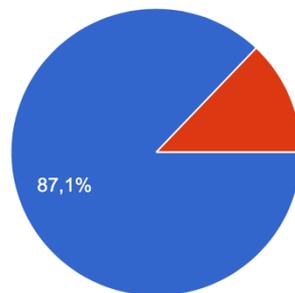
31 réponses



- Je soutiens les principes de cette loi en faveur du bien-être des animaux e...
- Je suis d'accord mais je ne visiterai plus ce type de parc si il n'y a plus de sp...
- Je suis partiellement d'accord, selon moi, les p...
- Je pense que cette loi va trop loin. Les cétacés en...

Que pensez-vous de la fermeture du parc Marineland, situé à Antibes ?

31 réponses



- Je suis d'accord avec la fermeture de ce parc
- Je suis mitigé(e) car le parc était un lieu de divertissement qui proposait de belles activités
- Je ne suis pas d'accord

Le parc connaissait une forte baisse de fréquentation depuis quelques années, selon vous et de manière simple, comment expliquez-vous ce phénomène ?

31 réponses

peut être était ce trop cher ou simplement les gens commencent à comprendre que ce n'est pas une manière de traiter des animaux censés parcourir des milliers de kilomètres par jour

maltraitance ?

Buzz médiatique permanent et propagande des prétendus protecteurs des animaux sur les réseaux sociaux où tout est permis, même les mensonges les plus éhontés.

Plus de prise de conscience

Je ne sais pas

Prise de conscience des gens (moi incluse)

L'enjeu de protection et de bien être des espèces est de plus en plus important. On observe probablement le même phénomène dans les zoos qui ne se revendiquent pas particulièrement au coeur du bien être des animaux.

Le parc n'était pas adapté aux cétacés

La prise de conscience du public et la multiplication de campagnes d'information sur le sujet

Covid, rumeurs de maltraitance animale, manque d'entretiens des lieux et des bassins etc etc

Une baisse d'intérêt général pour les parcs à animaux (y compris zoo)

Nsp

Les gens prennent conscience de l'horreur que vivent les animaux

La prise de conscience des visiteurs, le tarif des entrées et probablement l'entretien des infrastructures.

Les conditions de vie des animaux qui sont intolérables

Les valeurs de la société ont évolué, plusieurs facteurs rentrent également en compte tel que le changement climatique et le bien être animal. Tout cela influe dans les esprits et permettent de changer les choses.

Le public est plus sensible au bien être animal

Les mentalités changent et les gens se rendent compte que la place des cétacés n'est pas dans un bassin

Infrastructure vieillissante, sensibilisation du bien être animal parmi les clients.

Les gens ont ouverts les yeux sur la maltraitance des animaux sous couvert de divertissement.

La communication,

En raison des polémiques sur le parc et de plus en plus de gens se rendaient compte qu'ils se respectaient pas le bien être animal

Les gens sont de plus en plus sensibilisés au bien-être animal, ils n'avaient plus envie de voir des orques dans des petits bassins

Mieux vaut voir les animaux libres

Le public a ouvert les yeux sur la réalité de ces cirques marins et se tournent vers des découvertes en mer où renoncent à voir des cétacés

La médiatisation sur la maltraitance animale qui était faite la bas à du coup bcp jouer depuis plusieurs années

Je pense que les réseaux sociaux jouent un rôle très important dans la perception des choses ...

Les mêmes spectacles depuis des années, la démocratisation sur la sensibilisation du bien être animal

Les nouvelles mœurs

Les gens comprennent la violence que représente la captivité pour ces animaux, ces parcs sont chers, inadaptés aux animaux. Bref ils sont obsolètes, d'un autre temps

conscience de la population sur les besoins réels de ces animaux

Selon vous, plutôt que d'envisager sa fermeture, comment le parc Marineland aurait pu se reconverter ? Y a-t-il des activités spécifiques qui auraient motivé votre envie de venir dans ce genre de parc ?

31 réponses

Non

fermez ce genre d'endroit, les animaux ne sont pas une attraction

programmes éducatifs

Devenir éventuellement un zoo terrestre, moins ciblé par les activistes anti captivité, mais pour combien de temps ? ...

Ateliers de sensibilisation (touristes, écoles etc)

Par des spectacles de plongeon

Non.

Devenir une réserve pour espèces maritimes ? Je ne me rends pas compte si c'est possible.

J'aurais aimé voir des formes de documentaire sur ces animaux dans leur espace naturel et l'impact de l'Homme sur leurs habitudes de vie et leur habitat naturel.

Nouvelles activités, utilisation du numérique ...

Aucune idée

Parc d'attraction spécialisé dans les jeux d'eaux et de sensibilisation du monde marin.

/

Pas vraiment non

Le parc aurait pu utiliser son espace aquatique pour présenter des aquariums avec de petites espèces de poissons et autres faune et flore marine

Idem question précédente : Des reportages ou des spectacles immersifs, activités mettant en avant des actions concrètes pour la protection de la biodiversité et de la faune marine

Utilisation d'hologramme avec spectacle de nuits (un peu comme le futuroscope), spectacle/animation de sensibilisation plutôt que de divertissement

Des expériences en VR de sensibilisation aux problématiques de manière immersive

Il aurait pu se convertir en centre d'interprétation

Faire des visites afin de voir les animaux et que l'argent récolté aide les sanctuaire marin afin que ces animaux est une chance de vivre leur vie

Des films en salle imax ou immersive comme au futuroscop suivant la vie des animaux marins. Sinon des séances avec des casques VR pour s'immerger dans la vie des animaux marins. Possibilité aussi de reconversion en aquarium ainsi qu'une partie du parc dédié à la conservation et au sauvetage des espèces.

Sensibilisation aux conditions de vie en captivité.

Les grands bassins des spectacles auraient pu être reconvertis en types de piscines ou bien présenter des espèces végétales maritimes pour les protéger

J'avais 5 ans lorsque j'ai visité ce parc. Difficile à dire sinon faire de la sensibilisation

Marineland aurait pu œuvrer pour la création d'un sanctuaire en France où le public aurait pu voir les cétacés depuis la terre. En Colombie britanniques, des séjours sont organisés pour voir les orques depuis la terre, sans les déranger. Ces séjours ont beaucoup de succès.

Ils auraient dû revoir l'offre et plus la tourner sur de la protection animalière et non du tourisme

Un peu comme les grandes réserves naturelles qui proposent des animations de sensibilisation, d'expédition ou d'observation mais pas du spectacle animaliers

Ils auraient pu se recentrer sur des activités ludiques permettant de sensibiliser les visiteurs au bien être animal...

En centre de recherche et d'étude de la faune et flore aquatique

En parc d'attraction aquatique avec toboggan et piscine, peut être en fausse de plongée mais sans animaux ça c'est certain

non ces parcs ne sont plus de ce temps et doivent fermer

TABLE DES FIGURES :

Figure 1 – Illustration du temple Wat Pha Luang Ta Bua.....	27
Figure 2 – Illustration d'un spectacle d'orques Marineland Antibes.....	27
Figure 3 – Données statistiques de l'évolution de la fréquentation (Société SeaWorld 2021 à 2023).....	40
Figure 4 – Données financières et statistiques clés (Société SeaWorld 2024).....	40
Figure 5 – Données de fréquentation (SeaWorld San Diego 2012 & 2023).....	46
Figure 6 – Données de fréquentation (SeaWorld San Diego 2006 à 2023).....	47
Figure 7 – Données du questionnaire : Perception sur l'activité des parcs animaliers marins et sur leur reconversion face aux diverses pressions (médiatiques, législatives...)	62
Figure 8 – Tableau SWOT (Marineland Antibes).....	64

TABLES DES MATIÈRES :

INTRODUCTION GÉNÉRALE	8
PARTIE I : ENTRE TOURISME ET RESPECT DU BIEN-ÊTRE ANIMAL : DES CHANGEMENTS DE PERCEPTIONS ET DE PRATIQUES.....	11
INTRODUCTION PARTIE I :	12
CHAPITRE I : DEFINITIONS ET ESSOR DU TOURISME ANIMALIER	13
1. <i>Les définitions du tourisme animalier</i>	13
1.1. Les fondements de la domestication de la faune sauvage	15
2. <i>La place de l'animal dans l'industrie touristique</i>	17
3. <i>Les premiers parcs marins et leur essor : Un modèle touristique et commercial</i>	19
CHAPITRE II : L'EVOLUTION DES PERCEPTIONS : UNE PRISE DE CONSCIENCE ?	23
1. <i>L'exotisme dans l'imaginaire collectif : la quête de nouveauté</i>	23
2. <i>La montée des critiques et de la conscience publique</i>	25
3. <i>Repenser la place des animaux dans l'industrie touristique</i>	26
CHAPITRE III : LES DEFIS ACTUELS DES PARCS ZOOLOGIQUES MARINS : ENTRE RENTABILITE, RESPECT DU BIEN-ETRE ANIMAL ET NOUVELLES NORMES LEGISLATIVES	30
1. <i>Pressions externes : militants, médias (films, réseaux sociaux) et organisations pour le bien-être animal</i>	30
2. <i>Le rôle des nouvelles législations dans la transition des parcs marins : Vers une meilleure éthique du bien-être animal ?</i>	31
3. <i>Adaptations et reconversion des activités : un modèle plus éducatif</i>	33
CONCLUSION PARTIE I.....	36
PARTIE II : L'ADAPTABILITE DES PARCS MARINS	38
INTRODUCTION PARTIE II :	39
CHAPITRE I : EXEMPLES DE TROIS PARCS ZOOLOGIQUES MARINS EMBLEMATIQUES.....	40
1. <i>Seaworld (Etats-Unis) : Une mutation de l'offre</i>	40
2. <i>Loro Parque (Espagne) : pratiques spécifiques</i>	42
3. <i>Marineland (France) : La fin du plus grand parc marin d'Europe</i>	42
CHAPITRE II : LES ACTEURS DES PARCS MARINS PERÇOIVENT LES NOUVELLES NORMES ET LES CHANGEMENTS SOCIAUX COMME UN FREIN.....	45
CHAPITRE III : LES VISITEURS DES PARCS MARINS SONT AUJOURD'HUI MOTIVÉS PAR UN AUTRE TYPE DE DIVERTISSEMENT, PLUS EDUCATIF OU IMMERSIF	49
CHAPITRE IV : LA METHODOLOGIE DES HYPOTHESES	53
1. <i>La méthodologie de l'hypothèse 1</i>	53
2. <i>La méthodologie de l'hypothèse 2</i>	54
CONCLUSION PARTIE II.....	57
PARTIE III : TERRAIN D'APPLICATION : NOS RECHERCHES SUR LE PARC MARINELAND (ANTIBES)	60
INTRODUCTION PARTIE III.....	61
CHAPITRE I : MARINELAND (ANTIBES), ENTRE REPOSITIONNEMENT ET FERMETURE	62
1. <i>Marineland, un parc emblématique au cœur des débats</i>	62
2. <i>Une tentative de transition inaboutie : analyse du repositionnement</i>	63
3. <i>Comprendre l'échec : contraintes internes et externes</i>	65
CHAPITRE II : METHODOLOGIE APPLIQUEE ET PREMICES DE RESULTATS	66
1. <i>Les entretiens</i> :.....	67
2. <i>Le questionnaire</i> :	70
3. <i>Prémices de résultats</i>	71
CHAPITRE III : LIMITES METHODOLOGIQUES ET PISTES D'AMELIORATION	73
1. <i>Les difficultés rencontrées</i> :	73
2. <i>Les pistes d'amélioration</i>	74

CONCLUSION PARTIE III	76
CONCLUSION GÉNÉRALE :.....	77
BIBLIOGRAPHIE :	80
TABLE DES ANNEXES :	85
<i>ANNEXE A : Guide d'entretien (parc marin ayant adapté son offre)</i>	<i>86</i>
<i>ANNEXE B : Guide d'entretien (parc de Marineland Antibes, France).....</i>	<i>89</i>
<i>ANNEXE C : Le questionnaire.....</i>	<i>92</i>
TABLE DES FIGURES :	104
TABLES DES MATIÈRES :	105

Les défis contemporains des parcs animaliers : Entre respect de l'animal et viabilité économique L'exemple des parcs zoologiques marins

Résumé

Le tourisme animalier est une pratique en mutation, confrontée à de nouveaux enjeux sociaux, législatifs et éthiques. Ce modèle, qui était autrefois axé sur l'utilisation d'animaux sauvages pour le divertissement, fait désormais l'objet de critiques considérables. En particulier les parcs marins, souvent blâmés pour leur pratique de maintenir en captivité des espèces qui en souffrent. À travers une analyse historique et conceptuelle du tourisme animalier, ce mémoire questionne les transformations des pratiques exercées dans les parcs zoologiques marins et l'évolution des perceptions du public. Il s'appuie en particulier sur une étude approfondie du parc Marineland (Antibes), contraint à la fermeture suite à une multitude de pressions.

Mots clés : tourisme animalier, parcs zoologiques marins, divertissement, défis, prise de conscience, bien-être animal, transformation, éthique, changements sociaux, législation

The contemporary challenges facing animal parks: Between respect for animals and economic viability The example of marine zoos

Abstract

Wildlife tourism is a practice in flux, facing new social, legislative and ethical challenges. This model, which was once based on the use of wild animals for entertainment, is now the subject of considerable criticism. Marine parks, in particular, are often blamed for their practice of keeping suffering species in captivity. Through a historical and conceptual analysis of animal tourism, this dissertation examines the changes in practices in marine zoos and the evolution of public perceptions. It is based in particular on an in-depth study of Marineland (Antibes), which has been forced to close due to a multitude of pressures.

Keywords: animal tourism, marine zoos, entertainment, challenges, awareness, animal welfare, transformation, ethics, social change, legislation