



CHAPITRE 4



Les moteurs du trafic de grands singes vivants

Introduction

Le commerce international de grands singes vivants n'est autorisé que sous certaines conditions énoncées dans la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction (CITES), qui a été ratifiée par de nombreux pays (CITES, 1973). La pratique illégale de ce commerce peut donner lieu à une étroite coopération entre les chasseurs, les vendeurs, les transporteurs, les acheteurs et les consommateurs (notamment le public et ceux qui recherchent un animal de compagnie). Les besoins des acheteurs et des vendeurs étant satisfaits sans préjudice ni pour les uns ni pour les autres, les transactions délictueuses entre ces acteurs sont considérées comme « sans victime », d'où la difficulté de lutter contre ces infractions

“Même s’il subsiste de larges zones d’ombre sur l’ampleur du trafic de grands singes vivants, tout porte à croire que la plupart des ventes se font sur les médias sociaux, que les victimes sont jeunes et transportées en avion, et que la demande provient surtout de collections privées.”

(Felbab-Brown, 2017, p. 31 ; Sollund, Stefes et Germani, 2016, p. 6). Un tel point de vue ne tient pas compte des victimes évidentes que sont les grands singes.

Tandis qu’au chapitre 3 de ce volume nous nous sommes penchés sur les facteurs socioéconomiques du trafic de viande et de parties de corps de grands singes, ce chapitre s’intéresse aux principaux moteurs du trafic de grands singes vivants. Il se compose de quatre grandes sections. La première porte sur la demande de grands singes émanant des zoos et des parcs animaliers en Chine, dont la croissance économique s’est accompagnée d’une augmentation du nombre de ses collections zoologiques. La deuxième étudie la demande dans les secteurs du marketing et des loisirs (notamment le cinéma, la télévision, la publicité et les cirques) aux États-Unis et en Thaïlande. Elle examine en outre les facteurs qui ont conduit à un recul de l’exploitation de grands singes captifs dans l’industrie des loisirs aux États-Unis. La section suivante explore la demande d’orangs-outans recherchés comme animal de compagnie dans la partie indonésienne de l’île de Bornéo. Comme le révèlent les entretiens avec d’anciens propriétaires, ce sont des idées fausses sur ces animaux et leurs besoins qui motivent certaines personnes à « sauver » de jeunes orphelins après la mort de leur mère. Cette section aborde également les marchés florissants des animaux de compagnie en Europe de l’Est, au Moyen-Orient et dans les anciennes républiques de l’Union soviétique (voir l’encadré 4.2).

Enfin, la dernière section analyse le rôle de catalyseur des médias sociaux dans le trafic. Elle identifie la manière dont les plateformes en ligne influent sur la demande, en particulier en valorisant le fait de posséder un de ces primates, en donnant accès au marché et en sollicitant un nouveau public. Elle expose par ailleurs le travail effectué par les organisations non gouvernementales avec les médias sociaux pour juguler le trafic d’espèces sauvages sur internet, notamment

en éduquant leurs utilisateurs. Elle conclut en présentant des alternatives et des moyens d’action pour mobiliser les acteurs de l’internet et les consommateurs, ainsi que des pistes pour réduire la demande.

Principales constatations :

- En coopérant avec des associations zoologiques internationales pour améliorer le bien-être physique et psychologique des grands singes capturés dans la nature qu’ils détiennent, les zoos chinois pourraient diminuer leur taux de mortalité et, par conséquent, la demande de nouveaux individus.
- Même s’il subsiste de larges zones d’ombre sur l’ampleur du trafic de grands singes vivants, tout porte à croire que la plupart des ventes se font sur les médias sociaux, que les victimes sont jeunes et transportées en avion, et que la demande provient surtout de collections privées.
- Au Kalimantan dans la partie indonésienne de l’île de Bornéo, où plus de 100 orangs-outans captifs sont sauvés chaque année, les habitants ont tendance à capturer des jeunes lorsque l’occasion se présente, quand une mère est tuée en représailles après un pillage de cultures par exemple. Ils cherchent une certaine reconnaissance pour avoir « sauvé » des orphelins, sans en craindre les conséquences juridiques alors qu’ils savent que ces primates sont protégés par la loi.
- Si certains médias sociaux, comme Instagram, contrôlent déjà la publication d’images d’espèces sauvages, bloquent les annonces relatives à la vente d’espèces protégées, et sensibilisent les internautes aux infractions, leur action serait plus déterminante s’ils fournissaient aux instances responsables de l’application de la loi les noms des usagers qui enfreignent la législation sur les espèces sauvages et s’ils organisaient des campagnes de sensibilisation à l’attention des principaux acheteurs éventuels.

- Des représentations erronées et biaisées des grands singes peuvent influencer l'idée que se fait le public de leur abondance, de la problématique de survie d'une espèce et aussi son désir de soutenir les actions de conservation.

Les grands singes dans les zoos et les parcs animaliers en Chine¹

En Chine, le nombre croissant de zoos et de parcs animaliers a fait s'envoler la demande de grands singes vivants en provenance de l'étranger. En effet, ce pays est souvent cité comme la principale destination du trafic (Dingfei, 2014). On y trouve généralement ces primates dans deux catégories d'établissement :

- les « zoos », appartenant souvent aux municipalités ou aux gouvernements régionaux qui les gèrent ;
- les « parcs animaliers » (ou parcs safari) privés et les cirques.

On trouve des zoos dans la plupart des grandes villes chinoises. En général de taille modeste, ils pratiquent des tarifs d'entrée assez bas, de 3 USD en moyenne. Bon nombre d'entre eux, dont le zoo de Kunming dans la province du Yunnan et celui de Fuzhou dans celle du Fujian, ont été installés sur des terrains non constructibles et non valorisables, sur des collines ou en montagne. En revanche, les parcs animaliers, comme celui de Hangzhou dans la province du Zhejiang, sont généralement situés en lointaine banlieue et très loin des cœurs de ville ; leur installation et leur entretien bénéficient de budgets substantiels, avec un tarif d'entrée moyen de 36 USD. Si de nombreux zoos urbains existent depuis longtemps, ces parcs animaliers se sont multipliés récemment, en particulier dans les villes aisées du littoral.

Citons l'ouverture récente en 2016 dans la province du Fujian du parc animalier Shiye de Xiamen qui présente des spécimens d'Afrique centrale, celle du parc animalier de la baie de Taizhou dans la province du Zhejiang en 2018 et celle du royaume des animaux sauvages du lac Jinniu dans la province du Jiangsu en 2019. D'autres sont prévus, dont la base de loisirs de la forêt de Qingyuan à Chimelong dans la province de Guangzhou, dont l'ouverture est programmée en 2021.

Il est difficile d'estimer avec précision le nombre d'établissements en activité, entre autres parce qu'ils dépendent de différents ministères. Le ministère chinois du Logement et du Développement urbain et rural supervise les zoos des villes, qui sont peu réglementés et surveillés. Ce ministère abrite également l'Association chinoise des jardins zoologiques, instance sans procédure d'agrément, à laquelle adhèrent librement environ 155 zoos et parcs animaliers (CAZG, s.d.). L'administration chinoise des forêts et des prairies, qui héberge aussi l'organe de gestion CITES, est l'instance dont dépendent les parcs animaliers et qui régit la détention de toutes les espèces exotiques, y compris celles se trouvant dans les zoos urbains (Zuo, 2017).

Les réglementations divergentes de ces instances donnent lieu à des zones d'ombre. En 2011, par exemple, le ministère du Logement et du Développement urbain et rural a réussi à interdire les représentations avec des animaux en Chine, mais il n'a pas la possibilité de réglementer les spectacles dans les parcs animaliers qui sont sous la coupe de l'administration des forêts et des prairies. Par ailleurs, certains zoos urbains sous-traitent depuis longtemps les représentations avec des animaux à des entreprises privées qui louent un espace ou une piste dans leur enceinte. Ces « enclaves » ne relèvent pas non plus du ministère précité ; il est par conséquent impossible d'empêcher les représentations avec des animaux avant l'expiration des contrats signés avant 2011. En pratique,

“ En Chine, le nombre croissant de zoos et de parcs animaliers a fait s'envoler la demande de grands singes vivants en provenance de l'étranger. ”

Photo : Rompant avec les traditionnels divertissements, les dépenses de loisirs en Asie se portent désormais vers des expériences inédites, comme les parcs à thème et leurs attractions d'animaux sauvages. Le complexe touristique de Chimelong dans la province de Guangzhou propose cinq attractions : plusieurs parcs (animalier, ornithologique, aquatique, de loisirs), un cirque, plus trois hôtels.
© PEGAS

la pression exercée par le gouvernement central a conduit à la mise à la retraite des grands singes hominidés montrés dans la plupart des spectacles mettant en scène des animaux, qui sont tous organisés par des propriétaires privés.

La création de nouveaux parcs animaliers est suscitée par l'évolution économique et culturelle de la Chine. Quarante années de réforme ont généré une forte croissance économique, ce qui a permis à 800 millions

de citoyens de sortir de la pauvreté et transformé la Chine qui compte désormais une classe moyenne supérieure très développée (Fond monétaire international, 2018). Ayant grandi à une époque de prospérité économique, les Chinois d'aujourd'hui disposent d'un pouvoir d'achat bien supérieur à celui des générations précédentes : entre 2010 et 2020, on tablait sur le doublement du revenu disponible annuel des consommateurs urbains qui devait atteindre environ



8 000 USD (Atsmon *et al.*, 2012). Ils peuvent donc consacrer plus de temps à la satisfaction de leurs envies de loisirs, notamment pour faire du tourisme, comme en témoigne la hausse annuelle de 10 % des dépenses de consommation dans le secteur des loisirs depuis 2011. Se plaçant désormais au deuxième rang mondial, le secteur chinois des loisirs a été évalué en 2017 à 479 milliards USD (OC&C Strategy Consultants, 2017).

En Chine, les dépenses de loisirs se portent vers des expériences inédites, comme les parcs à thème (OC&C Strategy Consultants, 2017). La plupart des nouveaux parcs animaliers proposent des visites à thème et s'articulent autour de stations de vacances comprenant plusieurs parcs et hôtels, avec les infrastructures correspondantes. Le complexe touristique de Chimelong dans la province de Guangzhou en est l'exemple typique, avec ses cinq attractions : plusieurs parcs (animalier, ornithologique, aquatique, de loisirs), un cirque, plus trois hôtels (Chimelong, s.d.). Non loin de là, la station océanique internationale de Chimelong à Zhuhai est dotée de quatre hôtels, d'un cirque et du plus grand aquarium du monde. En 2017, le groupe Chimelong a accueilli près de 31 millions de visiteurs sur ces divers sites situés en Chine du Sud, soit environ un cinquième de la fréquentation totale de tous les parcs et complexes Walt Disney dans le monde la même année. Le nombre de visiteurs sur les sites de Chimelong avait augmenté de 13,4 % par rapport à l'année précédente, soit près de deux fois la hausse de la fréquentation des parcs Disney (TEA/AECOM, 2017). Le principal frein à la croissance du secteur des loisirs est la difficulté d'accès, problème auquel on tente de remédier par la création d'un grand nombre de parcs animaliers sur des thèmes variés (OC&C Strategy Consultants, 2017). Parallèlement au modèle des complexes de loisirs, le gouvernement encourage vivement l'intégration de parcs animaliers dans la conception des toutes nouvelles villes.

Une concurrence incitant à la fraude et au trafic de grands singes

D'un point de vue commercial, le lancement d'un nouveau parc animalier est une gageure, surtout dans les zones où ce type de parcs prolifère déjà. Dans la province du Jiangsu située dans l'Est de la Chine, trois nouveaux parcs animaliers privés devaient ouvrir en 2020 ; on anticipait une vive concurrence entre eux et avec le zoo urbain implanté depuis longtemps. En septembre 2019, un seul parc avait ouvert ses portes et un deuxième était en construction. Il est peu probable que les trois parcs prévus voient le jour ou soient rentables.

Dans cette ambiance concurrentielle, la pression pour acquérir des animaux est forte. Les petits zoos urbains aux budgets restreints, tout comme les attractions de modeste envergure, subissent de plein fouet la concurrence des grands parcs animaliers privés. En 2017, le zoo de Yulin, dans la province du Guangxi, mettait en scène des pingouins gonflables ; quelques années auparavant, le zoo de Louhe dans la province du Henan faisait les gros titres de la presse internationale en faisant passer pour un lion un dogue du Tibet (Chiu, 2013 ; Shen, 2017).

Face à la difficulté de se procurer des espèces en danger, la plupart des zoos et des parcs animaliers font appel à des revendeurs chinois pour acheter les spécimens qu'ils exposent. En général, ces revendeurs s'approvisionnent illégalement, comme ce fut le cas entre 2007 et 2012, lorsque plus d'une centaine de chimpanzés capturés dans la forêt guinéenne ont été envoyés en Chine sous couvert d'une fraude au permis CITES (voir l'encadré 6.1). Les plus actifs des trafiquants qui font commerce de grands singes hominidés vivants prélevés dans la nature opèrent à Tianjin, dans la province du Hebei, et à Dalian, dans la province du Liaoning².

Peu de données sur les importations de grands singes et leur valeur marchande

Le prix d'achat des grands singes fait l'objet d'une intense spéculation. En Chine, certaines espèces de gibbons sont endémiques et peu d'indices pointent vers des acquisitions de grande envergure à l'étranger. Malgré une forte demande de la part des zoos chinois pour les gorilles, rien ne prouve que ceux que l'on voit ont été importés illégalement et il est impossible par ailleurs d'évaluer le coût de ces importations éventuelles. La base de données sur le commerce CITES indique que dix gorilles « élevés en captivité » ont été importés vivants de Guinée en 2010, mais aucun document ne vient corroborer la réalité de cette transaction (CITES, s.d.-h). Ammann (2014) rapporte que le personnel d'un zoo du Centre de la Chine, qui avait préparé des panneaux signalant une soi-disant exposition sur les gorilles, a révélé que quatre gorilles, arrivés en 2010, avaient été euthanasiés après la découverte que deux d'entre eux étaient porteurs du virus de l'hépatite (un de ces animaux malades avait mordu et infecté un gardien). La méprise entre gorilles et chimpanzés n'est toutefois pas exclue, car les termes chinois peuvent prêter à confusion et les Chinois sont généralement peu familiarisés avec les espèces de grands singes. Pour décrire des chimpanzés, un article paru dans un journal chinois utilisait trois idéogrammes différents : gorille, chimpanzé et orang-outan (Wen Naifei et Tan Siqi, 2013).

En revanche, on sait que des orangs-outans ont été importés en Chine, légalement pour la plupart (CITES, s.d.-h). Provenant pendant longtemps de zoos américains, ils venaient dans les années 1990 de Taïwan où ils avaient été confisqués par dizaines par les autorités. Ils avaient été introduits en nombre sur l'île par des contrebandiers qui les vendaient comme animal de compagnie pour satisfaire une forte demande suscitée

par une émission télévisée très suivie mettant en scène un jeune orang-outan (Leiman et Ghaffar, 1996). Aujourd'hui, un propriétaire unique détient la plupart des orangs-outans en Chine et les loue à différents zoos, mais aucune information n'a été divulguée sur les coûts et les contrats de location.

Les chimpanzés sont les seuls grands singes dont l'importation en masse vers des zoos chinois est attestée par des documents. Plusieurs rapports ont spéculé sur la valeur marchande des chimpanzés en Chine, qui pourrait atteindre de 12 500 USD à 30 000 USD par individu (Clough et May, 2018). Les tarifs pratiqués par les revendeurs semblent varier d'un zoo à l'autre et sont très probablement alignés sur l'offre des meilleurs enchérisseurs.

Cependant, contrairement à ce qu'on pourrait penser, les grands singes hominidés ont moins la faveur des visiteurs des zoos chinois que les grands carnivores. Les tigres étant particulièrement importants dans la culture chinoise, de nombreux parcs animaliers en détiennent des dizaines, voire des centaines élevés en captivité ; à Guilin dans la région autonome du Guangxi, le village de la montagne de l'ours et du tigre de Xionsen compte environ 1 800 tigres. Certains parcs, comme le parc des tigres de Sibérie de Harbin dans la province du Heilongjiang, n'exposent que des tigres et n'abritent aucune autre espèce. Bon nombre d'entre eux sont élevés spécialement pour le commerce lié à la pharmacopée chinoise traditionnelle (Knowles, 2016). Parmi les primates, les macaques revêtent une signification culturelle particulière ; en hommage au roman de la dynastie Ming intitulé *Le Voyage en Occident*, ils évoluent habituellement dans des cadres très élaborés de style montagnard, tandis que les grands singes hominidés sont confinés dans des enclos beaucoup plus petits malgré des besoins plus importants tant sur le plan spatial que cognitif (Cheng'en Wu, 1993 ; Gallo et Anest, 2018). L'intérêt soutenu pour

l'acquisition de grands singes hominidés n'est peut-être pas tant dicté par la demande du public que par la passion des gestionnaires de zoos et de parcs animaliers. Il est probable que plusieurs institutions chinoises en ayant récemment acquis ou ayant exprimé l'intention de s'en procurer aient été motivées par le désir personnel de leurs dirigeants.

Obstacles au bien-être physique et psychologique des grands singes captifs

En Chine, il n'y a pas de professionnalisation de la gestion des zoos et, s'il existe bien des enseignements universitaires en zoologie et en science vétérinaire, ils se bornent essentiellement aux animaux domestiques, abordant à peine les autres, et ne portent pas sur les soins à apporter en captivité. Par conséquent, le personnel des zoos et parcs animaliers chinois, surtout celui des structures de petite taille au budget modeste, ne sait généralement pas comment soigner les grands singes hominidés. Dans un cas à peine croyable, le personnel d'un parc animalier qui ignorait que les orangs-outans ont un régime alimentaire essentiellement frugivore dans leur milieu naturel leur donnait des seaux de poulet frit et des canettes de Red Bull. Dans d'autres cas, le personnel a réuni deux mâles à disque facial, la rencontre se soldant par de graves blessures. Les blessures entre chimpanzés sont fréquentes, et parfois mortelles, car les soigneurs ignorent tout de leur comportement et de leur vie sociale dans la nature. Sur les trois institutions qui détiennent des gorilles achetés légalement, deux présentent un dos argenté esseulé, ce qui est contraire à la structure sociale naturelle de l'espèce (Robbins *et al.*, 2004)³.

En Chine, la gestion de chimpanzés prélevés dans des habitats naturels identiques ou similaires a généré des problèmes particuliers. La consanguinité est considérée

comme le problème numéro un : la reproduction entre individus ayant des liens de parenté pourrait être la cause d'un taux élevé de mortinatalité ou de mortalité infantile dans la population captive. Cette situation perdurera tant que les gestionnaires de zoos poursuivront leur politique de transferts et d'échanges avec d'autres zoos, soit généralement des zoos proches avec lesquels ils ont des liens amicaux (Banes *et al.*, 2018). Les zoos qui offrent une prime à leurs employés pour toute naissance parmi les animaux qu'ils soignent peuvent en outre indirectement encourager la consanguinité responsable de mortinatalité ou de mortalité infantile, et l'hybridation d'espèces distinctes de grands singes.

Le manque d'accès à l'information ne fait qu'aggraver la situation. Le gouvernement chinois bloque ou censure de nombreux sites sur l'élevage ou le bien-être animal ; cela n'est pas forcément intentionnel : ces sites contiennent parfois simplement des mots clés figurant sur une liste noire. Les ressources de l'Association mondiale des zoos et des aquariums (WAZA) sont généralement inaccessibles parce que celle-ci reconnaît Taïwan comme pays indépendant (WAZA, s.d.). Cela explique la difficulté pour les zoos chinois de devenir membre de WAZA. Ces dernières années, plusieurs de ces zoos ont individuellement exprimé le souhait d'adhérer à l'Association européenne des zoos et des aquariums (EAZA) en tant qu'observateur ; à la suite de la signature d'accords avec l'EAZA, des gorilles ont été envoyés de Rotterdam au zoo de Shanghai en 1993 et en 2007. L'EAZA a entériné une proposition prévoyant l'envoi de gorilles supplémentaires vers au moins un autre zoo chinois. Les zoos chinois ne pourront devenir membres de l'Association américaine des zoos et des aquariums (AZA) tant qu'ils ne satisferont pas aux critères d'accréditation de cet organisme.

L'amélioration de la prise en charge des grands singes en Chine se heurte à la barrière

“ En Chine, il n'y a pas de professionnalisation de la gestion des zoos et, s'il existe bien des enseignements universitaires en zoologie et en science vétérinaire, ils se bornent essentiellement aux animaux domestiques, abordant à peine les autres, et ne portent pas sur les soins à apporter en captivité. ”

“ In Peu d'organisations occidentales se sont montrées disposées à collaborer de manière constructive avec les zoos chinois pour dispenser des formations, améliorer leurs conditions d'accueil ou remédier au commerce illégal. ”

de la langue. Si la qualité de membre n'est pas exigée pour accéder aux nombreuses ressources en ligne de l'AZA, notamment aux manuels sur les soins à prodiguer aux animaux, on n'y trouve aucune publication en chinois⁴. En Chine, l'utilisation de la traduction automatique est courante, mais tout texte à traduire est soumis à la censure, d'où parfois des traductions incompréhensibles. On ne peut pas se fier à la traduction automatique d'informations cruciales sur la prise en charge des animaux, comme les conseils vétérinaires ou les dosages de médicaments ; ces derniers ne sont par ailleurs pas toujours disponibles dans ce pays. Sur une population totale de 1,4 milliard, on pense que seulement environ 10 millions de Chinois maîtrisent l'anglais (VoiceBoxer, 2016 ; Yang, 2006). Le manque de ressources en chinois est par conséquent un frein considérable à l'éducation.

L'attitude critique des Occidentaux, souvent fondée sur de fausses allégations ou de grossières généralisations, constitue un autre problème auquel sont confrontés les zoos chinois (Banes *et al.*, 2018). Peu d'organisations occidentales se sont montrées disposées à collaborer de manière constructive avec les zoos chinois pour dispenser des formations, améliorer leurs conditions d'accueil ou remédier au commerce illégal. Les modes de fonctionnement sont souvent radicalement différents, comme en attestent les articles publiés dans les médias, qui rapportent unanimement des conditions et des pratiques très peu satisfaisantes. Les tentatives de chiffrage de l'ampleur du commerce illégal à partir des informations recueillies par des organisations non gouvernementales (ONG) occidentales lors de visites clandestines de zoos chinois soulèvent également un certain nombre de problèmes : par exemple, l'hypothèse courante selon laquelle tous les petits des grands singes hominidés ont été prélevés dans la nature est fausse, ce qui a conduit à des calculs erronés du nombre des acquisitions illégales. Ces jugements

hâtifs ont sapé la confiance que les directeurs de zoos en Chine pouvaient avoir dans leurs collègues occidentaux. Le Great Ape Survival Partnership (GRASP) a aggravé le problème en 2014, en publiant un billet sur Facebook à propos d'un orang-outan « mâle » « capturé dans le milieu naturel » et hébergé dans un certain établissement. En fait, le petit en question, une femelle vivant dans un autre zoo, avait été élevé légalement en captivité. Le billet suscita néanmoins des centaines de commentaires et de réactions négatives de la part du lectorat occidental de l'organisation (Banes *et al.*, 2018).

En 2018, deux événements importants ont été menés de manière collaborative et devraient améliorer les conditions de vie des orangs-outans en Chine. Un atelier national sur les orangs-outans a été organisé du 25 au 30 octobre par l'Association chinoise des jardins zoologiques au zoo de la forêt de Hongshan à Nanjing dans la province du Jiangsu (Zoo de Sacramento, 2018), avec la participation d'une délégation internationale de 136 personnes travaillant dans des zoos chinois et américains. C'est à l'occasion de cet atelier qu'a été publié un manuel en chinois sur l'élevage des orangs-outans, comprenant 12 chapitres sur leur biologie et leur gestion rédigés à l'attention d'un public chinois par 13 experts d'universités et de zoos occidentaux. Ces deux événements feront date dans les pratiques des zoos en Chine qui pourront s'aligner sur les normes internationales en matière de prise en charge, et même aller plus loin. Ces actions constituent des modèles qui ne demandent qu'à être dupliqués dans les zoos chinois.

L'amélioration du bien-être physique et psychologique des grands singes hébergés dans les zoos chinois s'accompagnera d'une réduction de la mortalité des individus prélevés dans le milieu naturel, et donc de la demande dans ce domaine. De même, une plus grande coopération avec les associations zoologiques mondiales pourrait favoriser les transferts légaux de grands singes élevés

en captivité et par conséquent réduire la demande de petits provenant de populations sauvages (Banes *et al.*, 2018).

L'attitude vis-à-vis des droits des animaux, indicateur de leurs conditions de vie

Bien que le bouddhisme et certaines branches du taoïsme considèrent que les formes de vie non-humaine ont une capacité à ressentir, le mouvement visant à mettre fin à la souffrance animale a été relégué au second plan dans la réforme politique du XX^e siècle. Sous la férule de Mao Zedong, la Chine a décrété ce que certains intellectuels ont décrit comme une « guerre contre la nature » (Li, 2013 ; Shapiro, 2001). La grave famine lors du Grand Bond en avant (1958-1962) a poussé la population à chasser massivement les mammifères du pays, parfois jusqu'à la quasi-extinction, et à considérer les animaux comme moyen de survie (Geng, 1998). La campagne des quatre nuisibles de 1958, qui enjoignait chacun à éliminer tous les moineaux, rats, moustiques et mouches, a renforcé l'idée selon laquelle les animaux ne ressentent rien et n'ont aucune importance (Shapiro, 2001). Plus récemment, les réformes économiques de Deng Xiaoping ont été menées coûte que coûte, sans tenir compte de la protection de l'environnement et du bien-être animal (Li et Davey, 2013).

Depuis 30 ans cependant, l'intérêt pour les droits des animaux gagne progressivement du terrain. L'Académie chinoise des sciences sociales a été parmi les premiers à introduire ce concept dans le monde universitaire en Chine (Yang, 1993). Certains universitaires chinois ont cependant rejeté ce point de vue qu'ils voyaient comme une corruption de l'Occident (Zhao, 2002). Les idées occidentales semblent bien avoir exercé quelque influence, que ce soit grâce aux médias occidentaux ou aux activités menées dans le pays par des ONG occidentales, mais

un mouvement intérieur en faveur de la protection animale se dessine également en parallèle (Li et Davey, 2013). Bien qu'une étude réalisée sur quatre années ait conclu que la majorité des Chinois ne croient pas en la conscience ou en la sensibilité des animaux, une seconde enquête (visant plus particulièrement les populations urbaines, et donc la classe moyenne en pleine expansion) a révélé que 61,7 % des personnes interrogées étaient d'avis que tous les animaux devaient être protégés (Askue *et al.*, 2009 ; Zhang, Hua et Sun, 2008). Selon plus de la moitié de ces personnes (52,6 %), les animaux sont les égaux des humains et méritent respect et protection ; 81,3 % sont en faveur de la conservation des espèces sauvages (Zhang, Hua et Sun, 2008). Les zoos et les parcs animaliers chinois pourraient donc jouer un rôle important dans l'éducation à la conservation. Chaque année, on estime que 100 millions de personnes au moins se rendent dans les établissements membres de l'Association chinoise des jardins zoologiques, qui ne représentent qu'une petite partie des zoos et parcs animaliers de Chine (Askue *et al.*, 2009).

Le changement d'attitude vis-à-vis des animaux que l'on observe actuellement dans ce pays laisse penser que la pression exercée sur les zoos pour l'amélioration des normes relatives au bien-être animal viendra davantage du public et du gouvernement que des acteurs occidentaux. Dans une des enquêtes, interrogés sur ce qui les attirait le plus dans les parcs à thème, 18 % des parents ont signalé être intéressés par l'observation des animaux vivants tandis que seuls 2 % voulaient assister à des spectacles les mettant en scène (OC&C Strategy Consultants, 2017). Comme nous l'avons déjà dit, l'apparition d'animaux dans des représentations s'apparentant au cirque est illégale dans les zoos urbains depuis 2011 ; les efforts semblent s'intensifier pour faire appliquer la législation correspondante. Bien qu'ils soient toujours utilisés dans les parcs animaliers et les cirques privés en

“ Le changement d'attitude vis-à-vis des animaux que l'on observe actuellement en Chine laisse penser que la pression exercée sur les zoos pour l'amélioration des normes relatives au bien-être animal viendra davantage du public et du gouvernement que des acteurs occidentaux. ”

raison des contradictions dans les réglementations évoquées plus haut, la fréquentation du public à certaines représentations n'a jamais été aussi faible (Agence France-Presse, 2018). Les grands singes hominidés ont également été éliminés de la plupart des représentations du fait de la pression du gouvernement central, comme nous l'avons indiqué précédemment.

Par ailleurs, ces dernières années, la maltraitance animale donne lieu de plus en plus à des réactions d'outrage de la part du public sur les médias sociaux. Des attaques répétées à l'acide visant des ours du zoo de Beijing en 2002 ont suscité une vive condamnation de toutes parts, un forum internet ayant même apparemment reçu plus de commentaires à ce sujet que tout autre évé-



nement chinois ou étranger (Shuxian, Li et Su, 2005). En 2018, un gardien du zoo de Wuhan, dans la province du Hubei, a été licencié à la suite d'une vidéo virale le montrant en train de brutaliser un panda géant ; un autre travaillant à l'aquarium de Dalian, dans la province du Liaoning, a subi le même sort après avoir été filmé en train d'appliquer du rouge à lèvres sur un béluga (Chan,

2018 ; Zhou, 2018). Comme l'évoque la section suivante, l'expérience américaine montre que l'évolution de la perception du public influence l'utilisation qui est faite des animaux et, au final, le commerce des espèces sauvages.

Les grands singes dans la publicité et le secteur du divertissement aux États-Unis et en Thaïlande

Cette section s'intéresse à l'évolution de l'emploi des grands singes dans les secteurs du marketing et du divertissement aux États-Unis et en Thaïlande. Dans le cas des États-Unis, il s'agit de leur exploitation au cinéma, à la télévision et dans la publicité ; dans celui de la Thaïlande, c'est leur rôle dans les établissements assimilables aux cirques qui est examiné. Les constatations pourraient éclairer les actions destinées à juguler leur mise en scène par ces secteurs dans d'autres pays.

Les grands singes hominidés au cinéma, à la télévision et dans les spots publicitaires aux États-Unis

Les humains ont toujours été fascinés par les animaux sauvages, et les grands singes hominidés en particulier. Cet intérêt est dû en partie à la ressemblance tant physique que comportementale que nous affichons avec nos lointains cousins. Sorti en 1932, *Tarzan, l'homme singe* reste le film le plus célèbre présentant un grand singe hominidé, où un chimpanzé du nom de Jiggs joue le rôle de Cheetah (*The Atlanta Constitution*, 1938 ; Van Dyke, 1932). Depuis, ces primates ont souvent servi de caricature à l'homme dans les films, les émissions de télévision et les spots publicitaires. En 1951, un chimpanzé dénommé Peggy jouait aux côtés de

Photo : Les zoos et les parcs animaliers chinois pourraient jouer un rôle important dans l'éducation à la conservation. Chaque année, on estime que 100 millions de personnes au moins se rendent dans les établissements membres de l'Association chinoise des jardins zoologiques, qui ne représentent qu'une petite partie des zoos et parcs animaliers de Chine. © Paul Hilton/Earth Tree Images



Ronald Reagan dans son film le plus connu, *L'Heure du coucher pour Bonzo* (De Cordova, 1951 ; King, s.d.). Du côté des orangs-outans, c'est Manis qui endossa le rôle de Clyde aux côtés de Clint Eastwood dans le film *Doux, dur et dingue* sorti en 1978 (Fargo, 1978). Des chimpanzés jouaient dans le célèbre feuilleton télévisé des années 1970, parodie du monde de l'espionnage, *Lancelot agent secret*, pour devenir par la suite les personnages indispensables des publicités des grandes marques américaines lors du Super Bowl : CareerBuilder, Castrol, E*TRADE et Pepsi (Pollack, 2016 ; Shields, Jones et McKimson, 1970).

La situation a évolué et si les chimpanzés qui apparaissaient autrefois dans les films, les émissions et publicités télévisées provenaient tous du milieu naturel, les « acteurs » d'aujourd'hui sont des chimpanzés et des orangs-outans nés en captivité. La plupart ont vu le jour dans des parcs d'attractions ou ont été achetés à la Missouri Primate Foundation (MPF) de Festus, dans le Missouri. Si la MPF a renoncé à l'élevage et à la vente, elle héberge encore des chimpanzés (Chimp CARE, s.d.-a ; PETA, s.d.). Le prix de vente des grands singes hominidés n'est généralement pas annoncé et peut varier, mais il existe quelques indicateurs de leur valeur marchande. Une ancienne dresseuse, Judie Harrison, a fait savoir qu'elle avait acheté un jeune chimpanzé mâle à la MPF pour 45 000 USD en 2002 (Schapiro, 2009a). En 2015, le dresseur Steve Martin a évalué deux chimpanzés, un mâle à 60 000 USD et une femelle à 25 000 USD⁵, en s'appuyant probablement sur leurs caractéristiques physiques, bien que les femelles se vendent généralement plus cher que les mâles compte tenu de leur qualité de génitrice. Aux États-Unis au cours des années 1980 et 1990, un chimpanzé coûtait en général entre 20 000 USD et 50 000 USD (S. Ross, communication personnelle, 2019).

Nous en savons beaucoup plus aujourd'hui sur le comportement et les besoins de déve-

loppement des grands singes hominidés que du temps où l'on en faisait des stars. De nombreuses études sur le comportement en société et sur la cognition sociale des grands singes ont démontré que les hominidés sont très intelligents, doués d'émotions et capables de souffrance psychologique. Les chercheurs ont observé qu'après avoir vécu un événement traumatisant les chimpanzés peuvent montrer des signes de stress post-traumatique et de dépression, et qu'ils réagissent à la mort d'un membre de leur famille de la même manière que les humains, notamment en observant une période de deuil (Balter, 2010 ; Bradshaw *et al.*, 2008 ; Ferdowsian *et al.*, 2011).

Pour dresser les chimpanzés et les orangs-outans, on les enlève à leur mère lorsqu'ils sont encore bébés, cette pratique provoquant la détresse de la mère et l'anxiété du petit, ce qui nuit au développement normal de ce dernier (Baker, 2005). Le dressage implique fréquemment une certaine brutalité. Même si les grands singes vivent facilement 45 ans, ils sont en général mis à la retraite à l'adolescence, vers l'âge de 12 ans, en raison de leur grande taille, de leur force, et de leur comportement imprévisible (Courtenay et Santow, 1989). Nombreux sont les anciens « acteurs » qui ont des difficultés à s'intégrer à des groupes de congénères une fois à la retraite, en raison de leur comportement inadapté en société, que l'on attribue à un manque de soins maternels et à une vie coupée des autres grands singes (Freeman et Ross, 2014 ; Jacobsen *et al.*, 2017).

Désormais, le public américain étant en général mieux informé sur les grands singes hominidés, l'appétence pour leur utilisation en tant qu'acteur est en déclin. Plusieurs facteurs ont contribué à cette évolution : campagnes de sensibilisation par des associations de protection des animaux, progrès des images de synthèse et diminution du nombre d'établissements qui les exhibent (voir l'encadré 4.1). C'est ainsi que les pay-sages du divertissement et de la publicité se

ENCADRÉ 4.1

Baisse de l'exploitation des grands singes dans les divertissements aux États-Unis : campagnes de mobilisation, images de synthèse et abandon progressif des spectacles

Campagnes de défense des grands singes hominidés

Notre compréhension des grands singes hominidés ayant progressé à la lumière des recherches de terrain, de cas de maltraitance de certains dresseurs (dénoncée haut et fort par des associations de protection des animaux lors de grandes campagnes en 1996 et en 2003) et de deux attaques d'humains en 2005 et 2009 par des chimpanzés gardés comme animaux de compagnie, la perception du public a évolué par rapport à leur exploitation dans le divertissement aux États-Unis (Friends of Washoe, s.d. ; Gang, 1996 ; Newman, 2009 ; Primate Info Net, 2005 ; Roderick, 1990 ; Schapiro, 2009b).

Depuis 2005, l'association PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) qui défend les droits des animaux mène des campagnes d'éducation ciblées visant à sensibiliser le public au drame des grands singes hominidés mis au service du divertissement, notamment en écrivant à des réalisateurs de films et à des entreprises qui exploitent des chimpanzés et des orangs-outans (PETA, s.d.). Grâce au soutien d'Anjelica Huston et de Pamela Anderson, deux célébrités hollywoodiennes, PETA a plaidé leur cause avec succès auprès de plus de 40 agences de publicité, dont certains poids lourds comme BBDO, DDB, Grey Group, McCann Erickson (maintenant McCann) et Young and Rubicam (désormais VMILY&R) afin qu'ils arrêtent de mettre en scène des hominidés dans les spots publicitaires (Ad Age, 2012). Plusieurs groupes, dont AT&T, Capital One, Dodge, Pfizer et Traveler's Insurance ont retiré leurs publicités télévisées présentant des chimpanzés ou des orangs-outans après des échanges avec PETA et l'organisation Chimpanzee Sanctuary Northwest située dans l'État de Washington (Mullins, 2010 ; Nudd, 2010). PETA a fait savoir qu'entre 2009 et 2016 des grands singes hominidés sont apparus dans 40 publicités télévisées américaines ; 25 de celles-ci ont été retirées de l'antenne dès que les commanditaires ont su que leur exploitation publicitaire était controversée⁶.

Le Plan de sauvegarde des chimpanzés de l'Association des zoos et des aquariums (AZA) a également compté pour beaucoup dans l'évolution de l'opinion publique et des pratiques des entreprises en matière d'exploitation des grands singes hominidés dans les secteurs du divertissement et du marketing (Zoo de Lincoln Park, s.d.). Entre 2002 et 2014, ce plan a permis d'adresser plus de 80 lettres à des agences de publicité et à divers grands groupes, et d'approcher un grand nombre d'éleveurs, de dresseurs et de professionnels de l'industrie cinématographique travaillant avec des grands singes. Dans de nombreux cas, les grands groupes comme

les personnes ont confirmé renoncer à les employer à la suite de ces échanges.

Certains scientifiques et acteurs de la conservation se sont aussi faits les défenseurs des droits des grands singes hominidés. En 2009, le *Los Angeles Times* publiait une tribune de Jane Goodall dans laquelle elle condamnait leur exploitation dans les divertissements, après une attaque de chimpanzé, ancien acteur devenu animal de compagnie, à Stamford dans le Connecticut (Goodall, 2009). D'après des études publiées en 2008 et 2011, les films et les émissions télévisées qui donnent une image faussée des chimpanzés nuisent aux efforts de conservation (Ross *et al.*, 2008 ; Ross, Vreeman et Lonsdorf, 2011 ; Schroepfer *et al.*, 2011 ; voir l'encadré 4.3). À la suite de la publication de la première étude, le comité de direction de l'AZA a publié un livre blanc recommandant l'interdiction de l'exploitation de toutes les espèces de grands singes à des fins commerciales dans les secteurs du divertissement et de la publicité (AZA, 2008). Par la suite, Stephen Ross du zoo de Lincoln Park, coauteur de deux des études susmentionnées sur les mises en scène de chimpanzés, lançait le Project ChimpCARE, qui vise à résoudre la question de l'emploi de ces primates pour divertir (ChimpCARE, s.d.-b). Dans le cadre de ce projet et en collaboration avec le Plan de sauvegarde des chimpanzés, bon nombre de « chimpanzés de divertissement » ont été placés dans des refuges agréés ou des zoos. Une troupe complète de 14 « acteurs » fut transférée dans des zoos à Houston, dans le Maryland et à Oakland en 2010 (Bender, 2010).

Le progrès des images de synthèse

Les victoires remportées par les défenseurs de la cause des grands singes ces dernières années ont été en partie rendues possibles grâce au développement d'images de synthèse réalistes qui remplacent les animaux vivants dans la production cinématographique. La première image de synthèse réaliste d'un animal, celle d'un hibou blanc, est apparue dans un film de 1986 intitulé *Labyrinthe* (Stuff, s.d.). Depuis, la technologie des images de synthèse a permis de créer des centaines d'espèces animales différentes, dont des chimpanzés, des gorilles et des orangs-outans. Le film de 2011 intitulé *La Planète des singes : les origines* a changé la donne pour les grands singes hominidés et leurs défenseurs. Weta Digital a créé un chimpanzé baptisé Caesar, le personnage central, grâce à des images de synthèse et à la capture de mouvement, démontrant ainsi que ces technologies pouvaient parfaitement remplacer un animal vivant dans un film (Weta Digital, s.d.). Par la suite, les effets visuels employés par les sociétés de production pour représenter un énorme orang-outan dans *Le Livre de la jungle* de 2016 (Pixar, Rhythm and Hues et Disney) ont permis de faire progresser la technologie des images de synthèse, ce qui bénéficie aux animaux et permet plus de souplesse et de contrôle dans la réalisation des films (Sims, 2016). En 2005, le directeur de Jim Henson's Creature Shop déclarait au *Los Angeles Times* que les studios préfèrent souvent recourir aux images de synthèse en lieu et place des animaux vivants, car cette technique offre « une

maîtrise complète sur le jeu du personnage » (Covarrubias, 2005). S'il est aujourd'hui encore possible de discerner si un grand singe est le fruit d'une image de synthèse, il sera probablement plus difficile de s'en apercevoir à l'avenir compte tenu des progrès technologiques. On ne sait cependant comment ces images affecteront la perception du statut et le bien-être des grands singes.

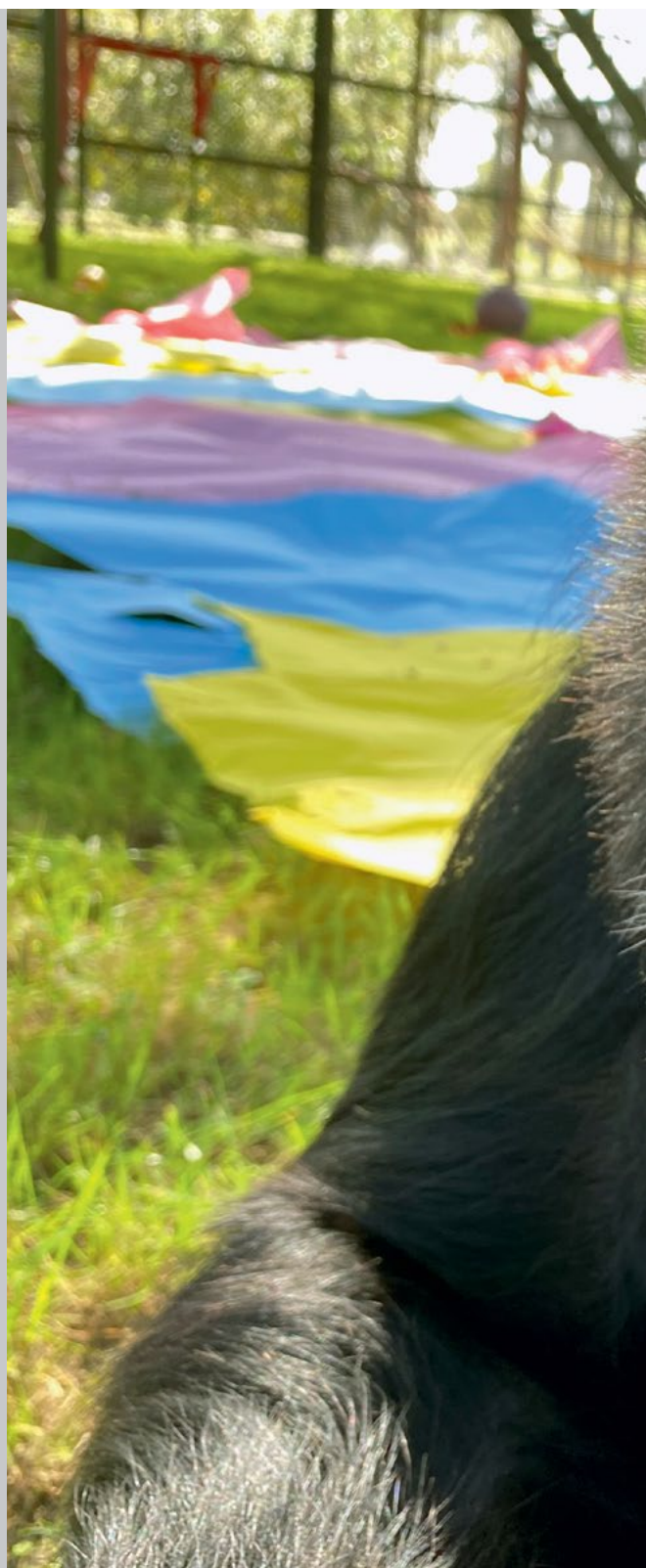
Abandon progressif des spectacles

D'après un recensement réalisé en 2003 dans le cadre du Great Ape Project aux États-Unis, 87 grands singes hominidés (18 orangs-outans et 69 chimpanzés) vivaient dans 11 centres qui les mettaient à la disposition des producteurs de films, d'émissions de télévision et de spots publicitaires (Goodall *et al.*, 2003). En avril 2020, les responsables du Project ChimpCARE ont fait savoir que 11 chimpanzés étaient hébergés dans deux centres qui fournissaient des grands singes pour les divertissements (ChimpCARE, s.d.-a). Ces chiffres laissent penser que le nombre de grands singes hominidés disponibles pour les spectacles a reculé de 87 % depuis le recensement du Great Ape Project en 2003. Cette baisse illustre deux tendances : les dresseurs de grands singes ont mis leurs animaux à la retraite et n'ont pas acheté de petits pour les remplacer, comme cela se pratiquait auparavant.

Judie Harrison, qui a mis à la retraite deux chimpanzés dénommés Mikey et Louie au zoo de Little Rock en 2008, a justifié sa décision par le coût de leur entretien, car ces animaux ne « travaillaient » plus compte tenu de leur âge (Anonyme, 2009). Steve Martin de Steve Martin's Working Wildlife a déclaré au *Los Angeles Times* que « avec les ordinateurs et les techniques d'animation et le reste, il n'y a plus autant de demandes pour les chimpanzés et les animaux vivants » (Covarrubias, 2005). Eli, le plus jeune chimpanzé de son centre et le dernier à « travailler », avait participé à une production en 2016. Trois ans plus tard, Steve Martin l'a mis à la « retraite » alors qu'il avait neuf ans, au Wildlife Waystation, refuge non agréé traînant tout un cortège de problèmes. Ce refuge cessa toute activité environ un an après l'arrivée d'Eli, et il fallut donc retrouver un point de chute à des centaines d'animaux. Cette fermeture illustre les difficultés que pose le fait de laisser les dresseurs choisir un lieu de retraite pour leurs animaux, car ils sont susceptibles d'opter pour le moins cher plutôt que pour l'établissement le plus adapté. Avec une autre « actrice » du nom de Susie, Eli fut ensuite transféré au zoo de Lincoln Park de Chicago, agréé par l'AZA, où ces deux chimpanzés ont été intégrés à un groupe social.

Photo : En 2003 aux États-Unis, 87 grands singes hominidés (18 orangs-outans et 69 chimpanzés) vivaient dans 11 centres qui les mettaient à la disposition des producteurs de films, d'émissions de télévision et de spots publicitaires. Grâce à des campagnes concertées, à des opérations de mobilisation et aux progrès des images de synthèse, il n'y avait plus en 2019 que 10 chimpanzés hébergés dans deux centres fournissant des grands singes au secteur du divertissement. Bubbles, ancien animal de compagnie et acteur, qui vit maintenant au Center for Great Apes.

© Patti Ragan, Center for Great Apes





sont rapidement transformés pour le bien des grands singes hominidés.

Si les apparitions de ceux-ci dans les productions cinématographiques et télévisuelles américaines se font rares, l'exploitation des grands singes pour divertir n'est pas complètement éradiquée et reste vivace dans d'autres parties du monde. Même aux États-Unis et en Europe, les images de grands singes hominidés figurant des clowns sur des cartes de vœux démodées rappellent l'époque des numéros de chimpanzés. En 2017, un hybride chimpanzé-bonobo appelé Tiby, qui vivait dans un cirque en France, intervenait dans *The Square*, film suédois qui a été encensé par la critique dans le monde entier (Östlund, 2017). En dépit des progrès récents, l'apparition d'un seul grand singe hominidé dans un film ou une émission télévisée à succès peut affecter fortement la perception que l'être humain a de l'espèce.

Les orangs-outans dans les lieux de divertissement en Thaïlande

Si la demande de grands singes dans le secteur du divertissement est en déclin aux États-Unis ces dernières années, on observe le phénomène contraire en Thaïlande où, après un recul significatif, les orangs-outans sont de nouveau très recherchés⁷.

Depuis leur apparition dans le secteur du spectacle et des attractions touristiques vers les années 1990, ces primates ont suscité un véritable engouement dans ce pays. Les grands opérateurs se sont efforcés de suivre le modèle des parcs Disney, en associant parcs animaliers à thème et spectacles destinés à un public essentiellement familial, en proposant des billets Famille (la vente de billets comptant pour environ 60 % dans les recettes de la majorité des parcs) (Safari World, 2017 ; Silom Advisory

Co., 2017). Certains parcs, dont le Safari World, ont fait appel à des spécialistes du zoo de Singapour pour la conception et la mise en place de numéros d'animaux (ancien employé de Safari World, communication personnelle, 2018). Une campagne publicitaire sur internet pour un « spectacle de boxe » avec des orangs-outans promet encore aux visiteurs des numéros comiques où « les dons mathématiques » de ces primates affublés en boxeur ne manqueront pas de les « époustoufler » (Safari World, s.d.). Les détenteurs de billet ont aussi la possibilité de tenir un grand singe et de se faire photographier en sa compagnie.

À la fin des années 1990, les acteurs de la conservation des espèces sauvages et les militants pour les droits des animaux se sont élevés contre une telle exploitation des orangs-outans. Certains accusaient les parcs animaliers à thème et les zoos de Thaïlande d'avoir acheté les grands singes à des trafiquants qui s'étaient fournis auprès de braconniers indonésiens. Ils affirmaient également que les dresseurs maltraièrent les animaux pour qu'ils obéissent pendant les spectacles et en présence des visiteurs⁸. Cette vague de protestations semble être venue aux oreilles des touristes du Japon, de Corée du Sud, des États-Unis et d'Europe de l'Ouest, compte tenu de la désaffection des jeunes provenant de ces pays pour ces spectacles⁹. À la fin de 2003, la campagne a reçu l'appui de la Reine de Thaïlande, ce qui a déclenché à l'échelle nationale une répression des infractions liées aux espèces sauvages, avec des perquisitions dans différents établissements, dont le Safari World (ENS, 2006). Des tests ADN réalisés sur les grands singes saisis ont confirmé l'affirmation des militants : plus de la moitié des orangs-outans de Safari World provenaient d'Indonésie et avaient été introduits illégalement (Reuters, 2006 ; S. Changtragoon, communication personnelle, 2006). Par ailleurs, les agents chargés de la répression

ont arrêté des fournisseurs, dont l'un gérait un centre rassemblant des animaux sauvages et un abattoir dans la banlieue de Bangkok, dont les chambres froides regorgeaient de pattes d'ours, de viande de tigre et contenaient même un bébé orang-outan congelé. Interrogé sur cette dépouille, le propriétaire affirma que certains restaurants proposaient sur commande de l'orang-outan à une clientèle haut de gamme, ajoutant que c'était « rare » (L. Tiewcharoeon, communication personnelle, 2016).

Ces perquisitions ont fait l'objet de nombreux articles dans les médias locaux et internationaux, suscitant une dynamique qui a permis d'assainir le secteur du tourisme en Thaïlande. À Bangkok, par exemple, les cornacs ont arrêté de défiler avec leurs éléphants dans les rues (comme ils le faisaient tous les jours depuis plus de dix ans) pour les placer dans des refuges. Au moment de la 13^e Conférence des Parties (CoP) de la CITES, accueillie par la Thaïlande en octobre 2004, le gouvernement avait reconnu son rôle dans ce problème mondial, au moins aux plus hauts échelons. La critique de la Thaïlande déplut fortement aux fonctionnaires des échelons intermédiaires qui voyaient par ailleurs augmenter la charge de travail leur incombant pour éradiquer le commerce illégal. Le Premier ministre proposa de mettre en place un réseau régional de lutte contre la fraude concernant les espèces sauvages afin de stopper le trafic transfrontalier ; les ministres de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN) qui étaient chargés de la mise en œuvre des dispositions de la CITES allèrent dans son sens et lancèrent le réseau l'année suivante (ASEAN, 2005).

La création de ce réseau était toutefois suspendue à la résolution d'un désaccord de longue date entre la Thaïlande et l'Indonésie à propos du commerce des orangs-outans et notamment l'origine de ceux employés dans le secteur du divertissement en Thaïlande. En 2005, plusieurs mois après la CoP de la

CITES, les délégations thaïlandaise et indonésienne se réunirent pour négocier le rapatriement des orangs-outans de Safari World vers l'Indonésie. Cet accord avait pour objet de satisfaire l'Indonésie et ainsi éliminer tout obstacle au lancement par l'ASEAN du réseau de lutte contre la fraude concernant les espèces sauvages (ASEAN-WEN ou WEN pour ASEAN Wildlife Law Enforcement Network). Au cours des négociations, les représentants thaïlandais ont mis l'accent sur les questions financières et sur l'image, ainsi que sur le choix de la partie qui accepterait la responsabilité du trafic et s'exposerait donc aux réactions indignées du public. À la 13^e CoP de la CITES qui s'était tenue à la fin de 2004, les ministres de la région avaient convenu que le problème et la responsabilité étaient partagés en matière de commerce transfrontalier des orangs-outans et d'autres espèces (ClickPress, 2006). Lors de la préparation du lancement de l'ASEAN-WEN en 2005, le ministre thaïlandais de l'Environnement est intervenu dans les négociations sur les orangs-outans en proposant à la délégation indonésienne le financement par la Thaïlande de leur retour vers l'Indonésie par avion-cargo militaire. L'offre fut acceptée par les Indonésiens, ce qui permit de sortir de l'impasse.

Dans les années qui suivirent, on observa un déclin du nombre de spectacles mettant en scène des orangs-outans en Thaïlande. Les groupes de travail nationaux WEN ont renforcé la répression et au cours de la décennie suivante, l'ASEAN-WEN a pu saisir 150 millions USD d'actifs appartenant aux gangs de trafiquants (Freeland, 2016). Cependant en 2015, l'ASEAN-WEN a perdu une partie de son budget, les pays membres de l'ASEAN n'ayant pas rempli leurs obligations pour couvrir les besoins en ressources financières et humaines nécessaires au fonctionnement du Secrétariat de WEN. Les opérations de répression du réseau ont ralenti, tandis que l'afflux de touristes en Thaïlande continuait

“ Si la demande de grands singes dans le secteur du divertissement est en déclin aux États-Unis ces dernières années, on observe le phénomène contraire en Thaïlande où, après un recul significatif, les orangs-outans sont de nouveau très recherchés. ”

Photo : Depuis l'apparition des orangs-outans dans le secteur du spectacle et des attractions touristiques vers les années 1990, ces primates ont suscité un véritable engouement en Thaïlande. Une campagne publicitaire sur internet pour un « spectacle de boxe » promet encore aux visiteurs des numéros comiques où « les dons mathématiques » de ces primates affublés en boxeur ne manqueront pas de les « époustouffer ». À la fin de 2003, des tests ADN ont prouvé que plus de la moitié des orangs-outans de Safari World provenaient d'Indonésie et avaient été introduits illégalement. Safari World. © PEGAS

de s'amplifier et de se diversifier¹⁰. Dès 2014, on vit un retour en force des spectacles d'orangs-outans. Les vacanciers de Corée du Sud, du Japon, des États-Unis et d'Europe de l'Ouest qui fréquentaient jusque-là ces spectacles furent ensuite remplacés par des touristes chinois et russes, qui n'avaient sans doute pas été sensibilisés par des campagnes de défense de leur cause. Les rapports aux actionnaires publiés par Safari World pour l'exercice 2016 révélaient 58 millions USD de recettes, ce qui incitait les investisseurs à envisager la construction d'un autre parc à Phuket pour un coût de 100 millions USD ; en parallèle, des établissements similaires, mais de moindre enver-

gure, en Thaïlande, au Cambodge et en Indonésie continuaient à s'approvisionner en orangs-outans, tigres et éléphants (Safari World, 2017 ; Silom Advisory Co., 2017).

En 2016, des agents infiltrés travaillant pour le compte des organes de répression thaïlandais ont aidé la police du pays à arrêter des trafiquants de jeunes orangs-outans. Des enquêtes menées tout au long de l'année 2016 par Freeland ont permis d'établir que le prix demandé par les revendeurs était de 10 000 USD par animal, une somme probablement supérieure à celle que les entreprises locales étaient disposées à payer. L'enquête de 2016 qui a abouti à ces arrestations a mis au jour un trafic qui four-



nissait la majorité des animaux capturés en Indonésie (Gettleman, 2017). En août 2019, l'affaire était toujours en cours et avançait lentement, comme de nombreuses autres concernant les espèces sauvages, en raison de la pile de dossiers à traiter et parce que la lutte contre le trafic n'est pas jugée prioritaire.

Bien que les responsables de zoos et de parcs à thème préfèrent les orangs-outans élevés en captivité, car leur achat est légal et plus abordable, les grands singes adultes ne se reproduisent pas toujours bien. Le public plébiscite surtout les jeunes (juvéniles et adolescents), ce qui explique peut-être le retour en force des jeunes orangs-outans en Thaïlande.

Tant que les divertissements présentant des orangs-outans auront la faveur d'un segment du public international, la lutte contre le trafic ne parviendra pas à l'éradiquer. Safari World compte sur la croissance constante de l'afflux de touristes des pays de l'ASEAN (qui représentent plus de 600 millions de personnes) comme de Chine, du Moyen-Orient et de Russie pour continuer à financer ces expériences. Une évaluation des risques d'exploitation destinée aux actionnaires qui envisagent le développement des activités ne fait aucune référence à un possible impact négatif des campagnes de sensibilisation (Silom Advisory Co., 2017). Cependant, nous savons que les programmes de sensibilisation des consommateurs ont eu par le passé un impact sur le public visé et il y a tout lieu de penser que d'autres campagnes sur un nouvel auditoire porteront leurs fruits (Burgess *et al.*, 2018 ; voir l'annexe II). Des influenceurs locaux pourraient inciter les touristes à réfléchir en prêtant leur voix à des publiereportages et à des publicités pour expliquer comment sont acquis et traités les orangs-outans, ce qui se répercuterait sur la demande et finirait par persuader les actionnaires de mettre un terme à l'exploitation de ces animaux pour divertir le public.

Trafic et « sauvetage » : les animaux de compagnie en Indonésie

Dans de nombreux pays d'Asie, d'Europe de l'Est, du Moyen-Orient et de l'ancienne Union soviétique, il n'est pas rare d'entretenir un grand singe comme animal de compagnie. La demande internationale de grands singes à cette fin constitue un véritable défi pour leur conservation (voir l'encadré 4.2 et l'Introduction de ce volume). Cette section analyse la demande d'orang-outans en Indonésie, où le commerce de ces espèces se poursuit malgré la protection accordée par la loi (Freund, Rahman et Knott, 2017 ; République d'Indonésie, 2018 ; Nijman, 2017b ; Sánchez, 2015)¹¹.

Les centres de sauvetage du pays sont souvent l'ultime destination des orangs-outans apprivoisés, dont bon nombre sont confisqués à des particuliers qui les gardent comme animal de compagnie. Le nombre d'animaux arrivant dans ces centres nous éclaire un peu sur l'ampleur du problème. D'après l'étude des données provenant de trois des sept centres de sauvetage opérant actuellement au Kalimantan dans la partie indonésienne de Bornéo, environ 1 500 orangs-outans ont été récupérés entre 2001 et 2013 et nous savons, ou soupçonnons, que 60 % d'entre eux ont servi d'animal de compagnie ou ont été apprivoisés dans les villages (Sánchez, 2015). Ces chiffres sont probablement une sous-estimation, car les grands singes captifs ou ceux qui sont morts ne sont évidemment pas comptabilisés. De 2005 à 2013, trois des sept centres qui s'emploient à sauver des orangs-outans en Indonésie ont recueilli en moyenne 107 individus par an, soit trois de plus chaque année par rapport aux chiffres de 2000 à 2004 (Nijman, 2005a ; Sánchez, 2015). Cette hausse révèle une augmentation du nombre d'orang-outans gardés comme animaux de compagnie et montre que la tendance se

renforce malgré les efforts concertés des gouvernements et des organisations pour les protéger.

ENCADRÉ 4.2

Les points névralgiques de la demande dans le trafic de grands singes vivants

Les maigres informations dont on dispose empêchent d'évaluer précisément l'ampleur du trafic ainsi que le nombre de grands singes gardés comme animaux de compagnie ou dans des collections privées. La majeure partie des données provient d'enquêtes par infiltration et de l'analyse du commerce illégal sur les médias sociaux et sur internet. Les données disponibles montrent cependant clairement que la demande de grands singes vivants dans un cadre illégal émane principalement de collections privées ou personnelles (Clough et May, 2018). Ils servent d'animal de compagnie, de cadeau de standing, ou d'attraction dans les restaurants, les hôtels et les collections privées.

Le commerce des animaux de compagnie dans un cadre privé s'observe principalement en Europe de l'Est, au Moyen-Orient et en Russie (J. Head, communication personnelle, 2018), et vise presque exclusivement les jeunes individus.

La plupart des grands singes quittent l'Afrique ou l'Asie pour le pays de destination cachés à bord des avions de ligne internationaux ; des intermédiaires et des revendeurs bien rodés les réceptionnent prestement sur les grandes plateformes de transit pour les transférer vers les acheteurs finaux. Dans certains cas, notamment lorsque l'acheteur est une personne aisée des pays du Golfe, les grands singes voyagent en avion privé sans voir un douanier. La demande d'espèces protégées est également forte dans les anciennes républiques de l'Union soviétique, où les lois n'interdisent pas de posséder des animaux exotiques. Nombreux sont les établissements privés, dont des restaurants et des hôtels, qui mettent ces animaux en scène pour divertir leurs clients (Clough et May, 2018).

Mary Utermohlen, spécialiste des infractions liées aux espèces sauvages, rapporte que les Émirats arabes unis (EAU) constituent à la fois une plateforme de transit essentielle et une destination fréquente du trafic (Utermohlen et Baine, 2018). Les aéroports du Caire, de Doha et d'Istanbul jouent également un rôle important. Au Koweït, au Qatar et aux EAU, posséder de jeunes chimpanzés ou de jeunes gorilles comme animal de compagnie est une « marque de standing » pour les familles fortunées. Les pays du Golfe et l'Égypte sont des points névralgiques du trafic de grands singes, en partie parce que leur localisation entre l'Afrique et l'Asie les met à la croisée de nombreux vols aériens, et en partie parce qu'ils sont très demandeurs d'espèces protégées, y compris de reptiles et d'oiseaux vivants, ainsi que de produits tels que l'ivoire, la corne de rhinocéros et les peaux (Haslett, 2015).

Ce commerce a été rendu possible par les irrégularités et la corruption qui sévissent lors de l'émission et du contrôle des permis CITES dans les pays d'origine des animaux, ce qui permet à des marchands connus ou à des propriétaires de parcs animaliers de détenir des grands singes hominidés, comme des bonobos et des chimpanzés (Clough et May, 2018).

Le commerce des orangs-outans : chasse, trafic et valeur marchande

Les recherches enseignent qu'au Kalimantan la capture des orangs-outans relève plus de l'acte opportuniste que de l'acte intentionnel, même si l'on sait que certains réseaux « commerciaux » font main basse sur ces primates pour les transporter en contrebande dans le cadre du trafic international d'espèces sauvages. Les agriculteurs qui tirent sur des adultes pour protéger leurs cultures et les chasseurs qui les tuent à des fins alimentaires récupèrent parfois des orphelins non sevrés pour les vendre sur le marché des animaux vivants. La conversion des forêts et l'exploitation forestière illégale qui réduisent l'habitat des orangs-outans favorisent la chasse et le commerce illégal en facilitant les contacts entre les humains et la faune sauvage, renforçant par là même la probabilité d'un conflit entre personnes et grands singes (Campbell-Smith *et al.*, 2010 ; Nijman, 2009 ; Stiles *et al.*, 2013 ; Utami-Atmoko *et al.*, 2017 ; voir l'encadré 1.3).

Les filières organisées assurent le transport des orangs-outans capturés des villages aux villes côtières de Bornéo et de Sumatra, d'où ils sont envoyés à Jakarta ou vers d'autres villes plus lointaines, par fret ferroviaire, maritime ou bus, ou bien en recourant aux services de transporteurs privés. Ils sont alors acheminés vers la Malaisie, la Thaïlande et d'autres destinations à partir de ces aéroports internationaux (Nijman, 2009 ; Stiles *et al.*, 2013). En 2014, les douaniers de l'aéroport international de Jakarta ont déjoué une tentative de contrebande en interceptant un jeune orang-outan et trois gibbons (TRAFFIC, 2014). Au cours de ces dernières années, il semble que plusieurs orangs-outans sont sortis illégalement d'Indonésie et ont été découverts à des milliers de kilomètres, au Koweït (ANTARA News, 2017).

En 2018, un orang-outan se vendait localement pour 1,5 à 2,5 millions IDR (soit de 100 à 170 USD), son prix augmentant plus on s'éloigne de son lieu d'origine. En août 2017, des représentants de la loi ont révélé après avoir confisqué deux de ces primates dans une grande ville du Kalimantan que les trafiquants avaient rémunéré le chasseur 1,5 million IDR (100 USD) pour l'un et 22,5 millions IDR (soit 170 USD) pour l'autre. Ces contrebandiers avaient l'intention de transporter ces deux jeunes individus vers l'île de Java pour les vendre 50 millions IDR (soit 3 400 USD). Le prix des orangs-outans sur le marché international a apparemment déjà atteint la somme de 50 000 USD (Wylter et Sheikh, 2008).

La détention d'orangs-outans de compagnie dans l'Ouest du Kalimantan

Les motivations et le mode d'acquisition des orangs-outans pour en faire des animaux de compagnie sont variables. Dans l'Ouest du Kalimantan, la province située dans la partie sud-ouest de l'île indonésienne de Bornéo, le centre de l'International Animal Rescue (IAR) Indonésie de Ketapang a interrogé 127 anciens propriétaires afin de comprendre les raisons de ces acquisitions ainsi que leurs modalités. Moins d'un quart des personnes interrogées (23 %, n=29) ont affirmé avoir payé pour leur animal ; près de la moitié (48 %, n=61) ont déclaré l'avoir « trouvé » dans la clairière d'une plantation de palmiers à huile ou pris chez elles après la mort de la mère (tuée par ces mêmes personnes ou d'autres). Dans le premier cas, les personnes ont signalé avoir dépensé entre 500 000 IDR et 1,8 million IDR (soit entre 35 USD et 130 USD) pour un individu provenant d'une autre province de la partie indonésienne de Bornéo. Par ordre décroissant de fréquence, elles ont déclaré pratiquer les métiers suivants : employé d'une plantation locale de palmiers à huile, agriculteur,

mineur, pêcheur, commerçant, ancien soldat, pasteur ou prêtre, policier.

Le salaire mensuel moyen en Indonésie étant de 2,3 millions IDR (150 USD), le prix d'un orang-outan, espèce emblématique et protégée à l'échelle nationale, n'est pas considérable (WageIndicator, s.d.). En effet, ces grands singes sont parfois plus abordables que des plus petits primates protégés. Un loris lent (*Nycticebus* spp.), par exemple, peut coûter entre 300 000 IDR et 1 million IDR (de 20 USD à 66 USD) sur les marchés des principales villes de Java. Il semblerait donc que les personnes qui capturent un orang-outan veulent résoudre une situation pouvant induire un conflit, comme le pillage de cultures, sans pour autant être animées par l'appât du gain.

Aucune des personnes interrogées n'a indiqué avoir eu l'intention de se procurer un animal de compagnie, mais la majorité se considéraient légitimes de posséder un orang-outan qu'elles avaient sauvé. Ce complexe de sauveteur ne garantissait pas pour autant des conditions d'accueil adéquates ; bon nombre d'entre eux étaient hébergés à l'étroit dans des locaux sales, peu nourris ou recevant une nourriture non adaptée, ou simplement enchaînés devant la maison sans protection. En affirmant que le fait d'avoir « sauvé » un animal justifiait sa possession, leurs propriétaires révélaient leur méconnaissance de la nature du bien-être animal. Peu de données permettent d'expliquer l'origine d'une telle conviction ou comment elle a évolué.

Les chercheurs de l'IAR émettent l'hypothèse que ce comportement est dû au fait que ces animaux sont perçus comme « mignons » et ressemblent à nos bébés. Tere, une ancienne propriétaire, disait de l'orang-outan qu'elle gardait :

« Il dormait dans notre chambre. Nous lui avons fait un hamac. La nuit, il réclamait du lait [...] comme nos bébés. J'ai pleuré quand nous avons été séparés parce que nous

Photo : Au Kalimantan, le commerce local des orangs-outans n'est pas motivé par l'appât du gain, mais résulte essentiellement de situations fortuites, sans implication de gangs de trafiquants. Même si les personnes interrogées savaient toutes que ces animaux sont des espèces protégées, aucune n'a invoqué cette raison pour se défaire de leur animal de compagnie. L'absence de crainte face aux conséquences juridiques indique un certain laxisme dans l'application de la loi.

© Paul Hilton/Earth Tree

l'aimions beaucoup, comme s'il s'agissait de notre propre bébé. »

Un phénomène d'anthropomorphisme a été observé chez certains propriétaires qui nourrissaient, lavaient et habillaient leur grand singe comme s'il s'agissait d'un bébé humain (Serpell, 2002). Certains montraient de la pitié envers leur animal, prenant pour de l'affection un comportement qu'ils apparentaient au nôtre.

Les idées fausses selon lesquelles les orangs-outans seraient des animaux inoffensifs, faciles à apprivoiser et à garder chez soi, peuvent venir du désir d'être perçu comme un bon gardien. D'anciens propriétaires paraissaient fiers d'avoir joué ce rôle qu'ils s'étaient donné, laissant entendre que leur famille, leurs amis et les personnes de leur communauté leur accordaient davantage de considération. Yulita, une autre ancienne propriétaire, déclarait :

« Quelqu'un d'envieux a averti les autorités que nous gardions un orang-outan à la maison¹². »

Les propriétaires ne comprenaient pas non plus le processus de sauvetage, de réhabilitation et de remise en liberté, cette dernière étant à leurs yeux un acte cruel d'abandon par lequel les animaux se retrouvent dans la nature, à devoir chercher eux-mêmes leur nourriture, à se débrouiller seuls et à vivre sans l'amour et la compassion des êtres humains. Après s'être occupés d'un grand singe pendant quelque temps, de nombreux propriétaires semblaient avoir oublié, ou refoulé, la raison pour laquelle cet orphelin était arrivé chez eux, c'est-à-dire la mise à mort de sa mère¹³.

La majorité des propriétaires d'orang-outans interrogés dans cette étude possédaient des bébés ou de jeunes individus. Les propriétaires de spécimens adultes de plus gros gabarit pourraient avoir un autre point de vue sur la question, surtout lorsque leur animal devient agressif et difficile à gérer,





ceci les incitant alors sans doute à s'en séparer. D'après les conclusions de l'étude, le commerce local des orangs-outans n'est pas motivé par l'appât du gain, mais résulte essentiellement de situations fortuites, sans implication de gangs de trafiquants. Même si les personnes interrogées savaient toutes que ces animaux sont des espèces protégées, aucune n'a invoqué cette raison pour se défaire de leur animal de compagnie. L'absence de crainte face aux conséquences juridiques indique un certain laxisme dans l'application de la loi (Nijman, 2009 ; Shepherd, 2010). En effet, sur les 229 orangs-outans recueillis par le centre de l'IAR entre 2009 et 2018, seuls trois sont arrivés à la suite d'une confiscation par les autorités.

Les médias sociaux encouragent la demande de grands singes vivants en Indonésie et ailleurs, notamment en influençant l'opinion publique à l'égard du fait d'en posséder un. La section suivante explore cette relation.

Les médias sociaux : effets sur la demande et sur l'opinion

L'internet permet de commercer facilement, rapidement et partout, avec la possibilité d'influencer les comportements et les désirs. À l'échelle mondiale, de plus en plus d'individus sont exposés à des images ou à des vidéos en ligne qui présentent comme désirable, abordable et réalisable le fait de posséder un grand singe et de s'en occuper. Si ces représentations peuvent avoir un impact significatif sur la conservation des grands singes, ces mêmes médias sociaux offrent le moyen de s'attaquer au trafic et sont une tribune pour promouvoir les initiatives de conservation, notamment par le marketing social destiné à influencer les comportements (voir l'Introduction de ce volume et l'annexe II).

Les médias sociaux, un repaire pour les trafiquants d'espèces sauvages

Ces dernières années, une grande partie du commerce des espèces sauvages, légal et illégal, a délaissé les marchés traditionnels en plein air pour migrer vers les plateformes en ligne (IFAW, 2008, 2014). L'accès à internet étant quasiment universel, les trafiquants peuvent toucher très rapidement un grand nombre d'utilisateurs des médias sociaux (Krishnasamy et Stoner, 2016). De plus, ils peuvent proposer leur marchandise dans un total anonymat. Il existe peu de données sur l'importance du commerce des espèces sauvages dans les groupes « fermés » et les forums protégés par mot de passe, et il est difficile de surveiller les transactions correspondantes et d'évaluer les menaces avec précision (IFAW, 2014 ; Krishnasamy et Stoner, 2016). Jusqu'ici, la recherche s'est surtout intéressée au commerce des espèces sauvages qui se pratiquait ouvertement sur des plateformes faciles d'accès, comme les sites d'enchères en ligne ou les portails commerciaux, se prêtant à la surveillance publique (IFAW, 2014). La sensibilisation accrue au commerce illégal des espèces sauvages et l'intensification de la répression semblent avoir poussé les trafiquants dans la clandestinité (Krishnasamy et Stoner, 2016).

Le commerce en ligne peut avoir un effet particulièrement pernicieux sur les espèces sauvages en Asie, région qui compte de nombreuses espèces menacées ou ayant une aire restreinte, mais aussi plus de 2,3 milliards d'utilisateurs d'internet et près de 870 millions d'utilisateurs de Facebook (Internet World Stats, s.d.). L'application Instagram, qui permet de partager des photos, progresse à grands pas et se targue de dépasser le milliard de comptes actifs chaque mois, la plupart se trouvant en Asie du Sud-Est (Nguyen, 2018 ; Yuniar, 2016).

Pour connaître l'ampleur des ventes d'espèces sauvages sur les médias sociaux,

TRAFFIC, le réseau de surveillance du commerce de la faune et de la flore sauvage, a suivi de près 14 groupes Facebook en Malaisie, où l'on dénombre environ 68 000 utilisateurs actifs. La plupart des groupes suivis étant « fermés », TRAFFIC s'est appuyé sur des membres à même d'avoir accès aux informations sur les transactions. Cette étude a révélé que, sur cinq mois en 2014 et 2015, ces groupes ont proposé à la vente plus de 300 animaux sauvages représentant environ 80 espèces, dont des ours malais, des loutres, des binturongs, des hiboux et des gibbons. Plus de 60 % de ces espèces sont originaires de Malaisie ; près de la moitié d'entre elles sont protégées de toute forme de chasse ou de commerce (Krishnasamy et Stoner, 2016). Dans un rapport publié ultérieurement sur le commerce illégal des espèces sauvages en Thaïlande, TRAFFIC montre que Facebook continue à être utilisé pour vendre des espèces sauvages en danger critique (Phassaraudomsak et Krishnasamy, 2018).

Lorsqu'on lui a présenté les résultats de ces deux rapports, Facebook a réagi favorablement. Un de ses représentants a fait savoir qu'ils travailleraient avec TRAFFIC pour mettre fin à ce commerce en Malaisie et qu'ils supprimeraient tout contenu contraire à ses conditions d'utilisation, dont des groupes, des publications et des comptes.

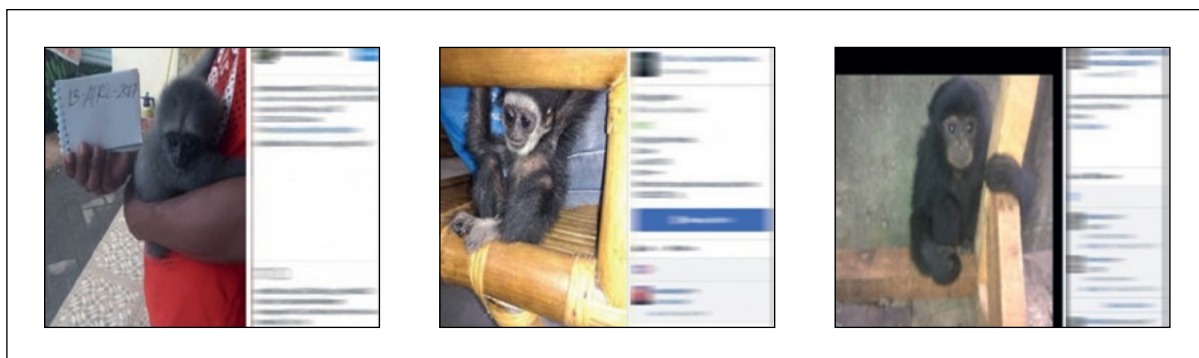
Facebook a adhéré depuis à la Coalition to End Wildlife Trafficking Online et œuvre avec TRAFFIC et ses partenaires pour s'attaquer au commerce illégal des espèces sauvages (voir pp. 141–143). En dépit de ces engagements, un nombre croissant de trafiquants semblent être actifs sur Facebook en Malaisie, en Thaïlande et dans bien d'autres lieux. Aux côtés d'autres médias sociaux (comme Craigslist, eBay, Etsy, VKontakte et WeChat), Facebook pourrait exercer un contrôle plus strict pour prévenir les ventes illégales, notamment en fournissant aux organes de répression les noms des utilisateurs qui enfreignent les lois sur les espèces sauvages.

Les gibbons, animaux de compagnie et appâts sur les médias sociaux

Le commerce des gibbons, en particulier celui des genres *Hylobates* et *Symphalangus*, semble prospère aux niveaux national et international. Avec une croissance fulgurante et un nombre d'abonnés exponentiel, les médias sociaux facilitent le trafic d'animaux sauvages, souvent bien difficile à détecter. Tout semble indiquer que l'Indonésie et la Malaisie sont les deux pays abritant des

FIGURE 4.1

Gibbons en vente sur les médias sociaux



Sources : copies d'écran datant de 2017

grands singes où sévit le trafic d'animaux sauvages le plus prolifique pour approvisionner les filières d'animaux de compagnie, surtout celui de très jeunes individus (voir la figure 4.1).

Les recherches menées pour la rédaction de ce chapitre entre avril et juin 2018 ont permis d'identifier 10 groupes Facebook et 11 comptes Instagram publiant des annonces de gibbons, dont 16 d'Indonésie et 5 de Malaisie, la majorité étant en vente dans leur pays d'origine. Au moins 50 individus vendaient des jeunes. Un suivi fut effectué en décembre 2018 (Cheyne, s.d. ; voir le tableau 4.1). Dans les 50 annonces étudiées, tous les gibbons avaient moins de trois ans¹⁴. Les commentaires en ligne concernaient principalement le prix et l'âge des animaux, ou le fait qu'ils étaient « mignons ». Les autres questions étaient dirigées vers un numéro WhatsApp ou envoyées par message direct. Ces gibbons étaient proposés pour un prix allant de 150 USD à 540 USD (Cheyne, s.d. ; Smith et Cheyne, 2017).

La palme revient à la Thaïlande pour l'emploi d'espèces sauvages comme appât à touristes friands de selfies ou d'autres

photos exotiques sur les plages et dans les bars (Brockelman et Osterberg, 2015 ; voir la figure 4.2). Les gibbons exploités dans ce contexte ont en général moins de deux ans.

Le partage sur les médias sociaux de selfies de touristes avec des gibbons non seulement perpétue l'idée qu'il n'y a rien de mal à prendre des photos avec des primates, mais alimente également la demande de gibbons et donc leur retrait de la forêt. De même, les portraits sur ces médias de personnes aisées et influentes posant avec leur grand singe laissent penser que la possession d'un animal de compagnie dont l'espèce est en danger est désirable et respectable. Ces photos prouvent par ailleurs que l'application de la loi est sélective (Malone *et al.*, 2003). Ces images peuvent aussi agir sur l'idée que se fait le public de l'état de conservation des grands singes dans la nature (voir l'encadré 4.3).

Dans la lutte pour réduire l'offre d'espèces sauvages sur internet, le principal problème est l'inaccessibilité des groupes « fermés » sur les médias sociaux. Pour des raisons de sécurité et de protection des données personnelles, ces médias conservent le contrôle exclusif des opérations en arrière-plan. N'étant pas techniquement soumises aux règles du monde de l'édition, ces sociétés ne sont pas tenues de modérer les propos publiés, quand bien même ils ne respecteraient pas la loi. En attendant, la réglementation et la législation relatives aux médias sociaux accusent du retard face au développement du trafic d'espèces sauvages en ligne (voir l'encadré I.5). Comme nous l'avons déjà évoqué et comme nous le verrons plus en détail ci-après, les négociations avec les médias sociaux sont cependant encourageantes ; on observe notamment des progrès de la part d'Instagram, qui surveille désormais les images sur lesquelles figurent des espèces sauvages (voir l'encadré I.5).

Il est aussi nécessaire d'agir pour enrayer la demande de la part des consommateurs qui recherchent des gibbons comme animal

TABLEAU 4.1

Annonces concernant des gibbons sur 10 groupes Facebook et 11 comptes Instagram

Espèce en vente	Nombre d'annonces	
	Avril à juin 2018	Décembre 2018*
Gibbon cendré (<i>Hylobates moloch</i>)	18	24
Siamang (<i>Symphalangus syndactylus</i>)	10	9
Gibbon à mains blanches (<i>Hylobates lar</i>)	6	7
Gibbon gris de Bornéo du Sud (<i>Hylobates muelleri</i>)	4	4
Gibbon agile (<i>Hylobates agilis</i>)	2	2

Note : * Il n'est pas possible de déterminer si certains des gibbons en vente en décembre 2018 étaient les mêmes que ceux qui avaient été vus entre avril et juin de la même année. Il se peut que la photo de certains gibbons ait figuré dans plusieurs annonces.

Source : Smith et Cheyne (2017)

FIGURE 4.2

Les gibbons sur les plages thaïlandaises pour attirer les touristes étrangers friands de photos exotiques



Sources : copies d'écran datant de 2018

ENCADRÉ 4.3

Représentations des grands singes et leur influence sur les actions de conservation

Certaines études montrent que les espèces charismatiques de grande taille, comme les grands singes hominidés, reçoivent davantage d'attention et de financements en matière de conservation que des taxons moins imposants et moins connus, tels que les invertébrés et les amphibiens (Sitas, Baillie et Isaac, 2009). D'un autre côté, cependant, la mise en scène répétée des grands singes sur les médias sociaux et dans les secteurs du marketing et du divertissement contrecarre les efforts de conservation (Courchamp *et al.*, 2018). Le manque de données ne permet pas d'appréhender l'impact de ces représentations sur la conservation des grands singes hominidés et des gibbons, mais il est évident que des représentations de ces taxons, biaisées et éloignées de la réalité, affectent l'opinion que le public se fait de leur abondance. En effet, l'évaluation de « populations virtuelles » se répercute sur le degré de préoccupation de la survie d'une espèce dans le public (voir l'étude de cas 4.1).

En 2005, une courte étude des visiteurs réalisée dans des zoos agréés américains a révélé qu'ils étaient beaucoup moins enclins à considérer les chimpanzés comme une espèce en danger à l'état sauvage que d'autres grands singes hominidés, comme les gorilles (Ross *et al.*, 2008). Les personnes interrogées justifiaient systématiquement leur raisonnement en déclarant que si l'on voyait autant des chimpanzés dans les films, les émissions de télévision et les annonces, il n'était pas possible qu'ils soient menacés. Des enquêtes ultérieures ont démontré que la façon dont on représente les chimpanzés joue sur l'opinion que se fait le public de leur état de conservation (Ross, Vreeman et Lonsdorf, 2011). Lorsqu'on montrait à des personnes des images retouchées présentant un chimpanzé dans un cadre ordinaire pour un humain, tel qu'un bureau, elles avaient tendance à penser que les populations sauvages étaient en bonne santé, stables et ne nécessitaient certainement pas d'interventions de conservation. De la même façon, celles qui voyaient des images de chimpanzés en contact direct avec

des êtres humains concluaient qu'ils feraient des animaux de compagnie tout à fait acceptables. Comme d'autres, ces études démontrent de manière irréfutable que les représentations de grands singes influencent fortement la façon dont le public perçoit ces espèces et n'encouragent pas à soutenir les actions de conservation (Leighty *et al.*, 2015 ; Schroeffer *et al.*, 2011).

Depuis cette première enquête de 2005, des progrès ont été faits : les représentations inappropriées de primates sont moins fréquentes. Aux États-Unis, pratiquement tous les chimpanzés « acteurs » entretenus pour le secteur du divertissement sont désormais hébergés dans des zoos agréés ou des refuges (ChimpCARE, s.d.-a ; Roylance, 2010). Parallèlement, l'utilisation de clichés provenant de photothèques et montrant des chimpanzés dans des poses et des cadres non naturels est aussi moins en vogue, ce qui annonce peut-être la fin des photos bien trop connues « du chimpanzé qui sourit » sur les cartes de vœux (Cho, 2016 ; Djudic, 2017). Ceci étant dit, un changement radical d'attitude s'est opéré dans ce pays à l'égard de l'emploi de grands singes dans le secteur du divertissement (voir l'encadré 4.1).

Malgré ces avancées, il ne faut cependant pas baisser la garde, car, d'une part, les représentations inappropriées continuent d'induire le public en erreur et, d'autre part, les habitats, en Afrique comme en Asie, sont menacés par la progression de l'exploitation et de l'anthropisation. L'un des moyens d'action dont disposent les défenseurs de la conservation consiste à mettre les grands groupes à l'index lorsque leur communication, sous une forme ou sous une autre, mine les actions de conservation, intentionnellement ou non. L'utilisation stratégique des médias sociaux et traditionnels est un autre moyen pour eux d'informer le public, de rectifier son opinion sur les grands singes, et de lui faire comprendre la nécessité de la conservation (Silk *et al.*, 2018). Les recettes générées grâce à la vente d'images d'animaux menacés pourraient être affectées aux actions de conservation, ce qui permettrait de transformer la « concurrence en coopération entre les populations virtuelles et réelles » (Courchamp *et al.*, 2018, p. 9). Ces démarches exploiteraient la puissance indiscutable des nouveaux médias pour étayer les efforts de conservation des grands singes.

ÉTUDE DE CAS 4.1

Organes d'information britanniques, représentations des orangs-outans sur les médias sociaux et menaces pour leur habitat¹⁵

En Grande-Bretagne, les orangs-outans apparaissent régulièrement dans les journaux nationaux, les magazines et les émissions de télévision, ainsi que sur les sites internet et les médias sociaux. Bien que de nature distincte et s'adressant à des publics différents, ces médias se recoupent dans une large mesure et l'on peut donc penser qu'ils puisent aux mêmes sources.

Ils juxtaposent la plupart du temps des représentations de jeunes orangs-outans charismatiques à des images de destruction de leur habitat. Les grands singes les plus fréquemment représentés sont des orphelins vivant dans des centres de sauvetage ou de réhabilitation à Bornéo ou à Sumatra. Il est aisé de les photographier en plein air, souvent en train de jouer entre eux ou de s'entraîner à « l'école de la jungle » (Curran, 2018). Ils sont également fréquemment représentés avec leurs soigneurs, surtout lors du nourrissage ou de moments d'affection. Ces images, qui ont beaucoup de succès, attirent l'attention du public sur la cause des orangs-outans et suscitent des dons et des « adoptions » au profit d'œuvres caritatives s'occupant de ces primates (Palmer, 2018, p. 60). Représentés comme des personnages à part entière avec leur nom, leur biographie et leur personnalité sur les sites internet des centres de sauvetage, dans les documentaires à la télévision et

Photo : En Indonésie, certains centres ont été critiqués parce qu'ils apparaissent davantage comme des attractions touristiques que comme des centres de réhabilitation, en offrant aux visiteurs de s'approcher des orangs-outans sur leur aire de nourrissage. Bien que le contact physique soit tout à fait interdit, il n'est pas rare de voir circuler sur les médias sociaux des vidéos et des photos de touristes qui les touchent, les portent ou les enlacent. Il s'ensuit un cercle vicieux, ces images perpétuant les idées fausses, tout en faisant le lit de la demande de grands singes vivants pour la continuité de ces activités.

© Paul Hilton/Earth Tree Images





les annonces des médias sociaux, ces orangs-outans illustrent à la fois la tragédie de l'extinction et l'espoir d'un avenir meilleur (dans leur cas, un « retour idéalisé vers la nature »). Leur pouvoir symbolique provient de cette nature duelle qui leur est souvent attribuée : leur ressemblance avec l'être humain et en même temps leur condition d'animal sauvage (Chua, 2018b ; Russell, 1995).

Ces images éloquentes sont en général associées à des photos de destruction environnementale, ce qui met en relief l'étendue du drame des orangs-outans et l'urgence de leur situation. On observe notamment en abondance des photographies de déforestation, de plantations de palmiers à huile et leurs corollaires, tels que les feux de forêt. Des gros titres d'un genre nouveau (comme « C'est maintenant ou jamais : le combat pour sauver les orangs-outans d'Indonésie en danger, à l'heure où les entreprises britanniques utilisent toujours la sulfureuse huile de palme ») établissent un lien direct de cause à effet entre la destruction environnementale et le sort de ses victimes (Dalton, 2018). À la différence des photographies attendrissantes, ces images soulèvent indignation et colère, dans le but de pousser ceux qui les regardent à agir contre les grands groupes et les gouvernements. C'est ainsi que les visuels récurrents d'adorables orangs-outans et de destruction environnementale se renforcent mutuellement, l'un évoquant forcément l'autre, ce qui martèle puissamment un message (« l'huile de palme tue les orangs-outans ») en accompagnement de leur image dans les médias (Chua, 2018a).

Déformation de la réalité et conséquences indésirables

L'influence du message prépondérant transparaît dans l'ampleur que prennent les mouvements de consommateurs contre la (« sulfureuse ») huile de palme et dans la réaction des grands groupes à leur égard. La fameuse publicité télévisée de Noël 2018 pour la chaîne de supermarchés Iceland, qui reproduit presque entièrement la courte animation *Rang-tan* de Greenpeace en est un exemple récent (Greenpeace, 2018 ; Iceland, 2018). Elle met en scène un bébé orang-outan qui entre dans la chambre d'une petite fille

pour y jeter le désordre, avant d'expliquer qu'« il y a un homme dans ma forêt en train de détruire mon habitat » pour pouvoir produire de l'huile de palme. La publicité se termine en réitérant la promesse d'Iceland de supprimer cette huile de l'ensemble de ses produits « jusqu'à ce qu'elle ne cause plus aucune destruction des forêts tropicales humides ». N'ayant pas reçu le feu vert de Clearcast, l'organisme de contrôle des publicités, en raison de son lien avec Greenpeace (classé dans les organismes ayant des objectifs politiques), cette publicité a quand même été vue plus de 65 millions de fois sur internet pendant le mois suivant sa publication sur les médias sociaux (Hickman, 2018). Les consommateurs furent nombreux à écrire un mot de soutien, et à déclarer qu'ils allaient boycotter désormais *tous les produits* contenant de l'huile de palme.

Cependant, ce message simplifie à l'extrême les débats actuels sur l'huile de palme et les plantations de palmiers à huile ; il passe en outre sous silence les facteurs complexes et nombreux qui déterminent le sort des orangs-outans et de leur habitat, notamment les menaces telles que la chasse, la mise à mort en représailles du « pillage de cultures » et le commerce des animaux de compagnie (Meijaard *et al.*, 2011a, 2018 ; Voigt *et al.*, 2018). Bien qu'elles ne soient pas sans lien avec l'expansion de l'agriculture industrielle, ces menaces se produisent à une échelle différente et demandent des stratégies de prévention distinctes. Par ailleurs, la présentation peu nuancée que font les médias des programmes de réhabilitation fait abstraction des controverses qui existent autour de ces projets, notamment de leur efficacité et de leur viabilité à long terme (Palmer, 2018 ; Rijkse et Meijaard, 1999 ; Wilson *et al.*, 2014a). Même si ces programmes ne représentent qu'une composante de la conservation des orangs-outans, leur popularité risque de focaliser l'attention du public et de détourner d'éventuels dons d'autres interventions à visée globale et à plus long terme, comme la protection de l'habitat¹⁶.

La prépondérance des images d'orangs-outans dans ces messages peut aussi avoir des répercussions dommageables. Bien que les organisations s'efforcent d'éclairer le contexte environnemental de ces images, il leur est impossible de contrôler leur diffusion et leur réinterprétation. Ces images sont souvent copiées et rediffusées, surtout sur les médias sociaux, parce qu'elles sont adorables et amusantes. La dissociation d'avec leur contexte soulève néanmoins deux grands problèmes.

Premièrement, la diffusion hors contexte d'images de « mignons » orangs-outans risque de normaliser l'opinion qu'en a déjà le public depuis longtemps, celle d'acteurs de numéros ou de jouets plutôt que d'animaux sauvages (Aldrich, 2018 ; Cribb, Gilbert et Tiffin, 2014, chapitres 7 et 8). Cette conjoncture est aggravée par la popularité des images d'intimité entre ces primates et des humains (comme des orangs-outans pendus au cou de leur soigneur), ce qui risque de cultiver l'idée que ce contact est acceptable et même désirable.

Bien que les organisations tentent de remédier à cette vision de la situation, leurs messages ne parviennent pas toujours au grand public. D'après une étude de divers sites comme Tripadvisor, de nombreux touristes arrivent en Indonésie, en Malaisie et dans d'autres pays avec précisément à l'esprit cette image d'orangs-outans mignons et câlins (TripAdvisor, s.d.). Les zoos et les centres d'hébergement d'animaux sauvages qui reçoivent des touristes ont répondu à ce désir, et parfois même l'ont suscité, en favorisant des rencontres de nature variée avec des orangs-outans. En Indonésie, certains de ces centres ont été critiqués parce qu'ils apparaissent davantage comme des attractions touristiques que des centres de réhabilitation (Danaparamita, 2016). Les centres comme Bukit Lawang, Semenggoh, Sepilok et Tanjung Puting offrent la possibilité aux visiteurs de prendre des photos des orangs-outans sur leur aire de nourrissage. Le zoo de Bali comme celui de Singapour vendent des billets « petit déjeuner avec les orangs-outans » qui permettent aux visiteurs de se restaurer à quelques mètres des animaux et de les photographier de près (Zoo de Singapour, s.d. ; Viator, s.d.). Bien que le contact physique soit tout à fait interdit, il est difficile en pratique de veiller au respect de cette règle (Palmer, 2018, chapitre 6). En effet, il n'est pas rare de voir circuler sur les médias sociaux des vidéos et des photos de touristes qui les touchent, les portent ou les enlacent. Il s'ensuit un cercle vicieux, ces images perpétuant les idées fausses, tout en faisant le lit de la demande de grands singes vivants pour la continuité de ces activités (Moorhouse *et al.*, 2015). C'est ainsi que même les représentations d'orangs-outans les mieux intentionnées peuvent malencontreusement jouer le jeu du commerce de grands singes en Asie du Sud-Est.

Deuxièmement, l'apparition de ces images à la télévision et sur les médias sociaux peut produire des effets inattendus sur le public et les utilisateurs en Indonésie et en Malaisie. Comme le remarquent Meijaard et Sheil (2008), les programmes de conservation des orangs-outans peuvent déclencher un certain mécontentement chez les villageois qui considèrent que les conservationnistes se préoccupent plus des animaux que des êtres humains. Les photographies d'orangs-outans cajolés et nourris dans les centres de réhabilitation risquent d'aggraver ces sentiments, de susciter des accusations de partialité de la part de la population locale, et d'exacerber les tensions autour des programmes de conservation (Palmer, 2018, p. 214). C'est ainsi que ces images peuvent avoir des conséquences délétères là même où la collaboration est la plus nécessaire au niveau local.

S'attaquer aux problèmes

Il faut agir sur différents fronts. En premier lieu, ceux qui produisent ces images, notamment les organismes s'occupant des orangs-outans et les journalistes, devraient se montrer plus prudents et réfléchir aux effets potentiels inattendus de ces visuels et des textes qui les accompagnent, par exemple en veillant à ce que l'attrait exercé par ces animaux

« adorables comme des peluches » ne fausse pas l'opinion du public. Une réévaluation de ces images qui mettent en relief le lien entre l'humain et l'orang-outan serait également bienvenue, en particulier dans les organisations qui affichent sur leur site internet et dans leurs éléments de communication des clichés représentant des interactions sans aucune protection entre leurs fondateurs ou leur personnel et ces primates. Si ces images peuvent peser dans une stratégie marketing, elles sont aussi susceptibles de miner les efforts consentis pour lutter contre les idées fausses qui entretiennent le commerce des grands singes vivants. Pour résoudre ces problèmes de contenus, il faudra une coordination entre organisations s'occupant des orangs-outans, qui suivent actuellement des lignes directrices variées ; en unissant leurs forces, elles seront mieux à même de mettre de la cohérence dans leur communication et d'éviter de se nuire mutuellement.

Il est plus important de s'attaquer aux conditions structurelles qui donnent lieu à ces représentations que de changer leur contenu dans les médias. Par exemple, il faudrait s'interroger sur les circuits médiatiques empruntés par ces images et ces messages et sur les effets engendrés par leur transfert. Une telle démarche exigerait une coordination entre les organisations internationales de conservation et leurs partenaires en Indonésie et en Malaisie. Il faudrait également trouver de nouveaux partenariats (avec des tour opérateurs ou des célébrités nationales par exemple) et d'autres moyens d'action (comme des campagnes dans les médias sociaux indonésiens) afin de remplacer les messages trompeurs par d'autres, plus adaptés. Une telle approche concertée permettrait de s'attaquer aux conséquences de la vision déformée que véhiculent les médias, et pas seulement à leurs contenus.

de compagnie ou pour ajouter une touche d'exotisme à leurs photos. Les initiatives visant à juguler le commerce des animaux de compagnie pourraient cibler à bon escient les principaux acheteurs de grands singes, à savoir les nouvelles classes moyennes en Indonésie et en Malaisie et, en particulier, les citoyens de 20-25 ans qui disposent d'un revenu. Des campagnes destinées aux touristes étrangers pourraient réduire l'exploitation des gibbons comme sujets photographiques¹⁷. Notamment, le fait de toucher les touristes pourrait être un moyen pour faire bouger les opinions et sensibiliser à la cause des espèces menacées (Nekaris *et al.*, 2013).

Les acteurs de l'internet et la lutte contre le trafic des espèces sauvages

Comme nous l'avons déjà évoqué, le commerce des espèces en danger dépasse le cadre des marchés physiques et des devantures de magasins pour s'étendre aux plateformes en ligne (Kramer *et al.*, 2017). Cette évolution permet aux vendeurs non seulement de toucher un plus grand nombre de clients potentiels, mais elle renforce également l'anonymat et atténue les risques en leur permettant de plus facilement se cacher derrière une fausse identité. Les ventes illicites ont souvent lieu sur les médias sociaux par les publications et les messages directs, ainsi que sur des sites traditionnels de vente en ligne.

Après avoir décelé ce problème en 2004, TRAFFIC a cherché à y remédier sur l'ensemble des plateformes en ligne à partir de 2012, en commençant par contacter les géants chinois de l'internet (TRAFFIC, 2012 ; Williamson, 2004). En 2016, cette organisation signait un partenariat avec le Fonds Mondial pour la Nature (WWF) et le Fonds international pour la protection des animaux (IFAW) pour convoquer les acteurs internationaux de l'internet et les sensibiliser au commerce illégal des espèces sauvages, encourager

la collaboration entre tous les acteurs et développer des solutions (TRAFFIC, communication personnelle, 2019).

Le 7 mars 2018, le WWF, TRAFFIC et l'IFAW lançaient la Coalition to End Wildlife Trafficking Online en vue de juguler le trafic des espèces sauvages sur internet grâce à la collaboration des acteurs concernés. En juin 2020, le nombre de membres était passé de 21 à 36 grands groupes internationaux (WWF, 2018, s.d.)¹⁸. Dans le cadre de cette Coalition, ces groupes travaillent avec l'IFAW, TRAFFIC et le WWF pour élaborer un plan d'action qui soit adapté à leur activité particulière afin de surveiller les progrès de la lutte contre le trafic sur leurs

sites. Dans un rapport d'étape publié en mars 2020, la Coalition a révélé que ses membres avaient bloqué ou supprimé plus de 3,3 millions de listes qui transgressaient les politiques sur les espèces sauvages (The Coalition, 2020).

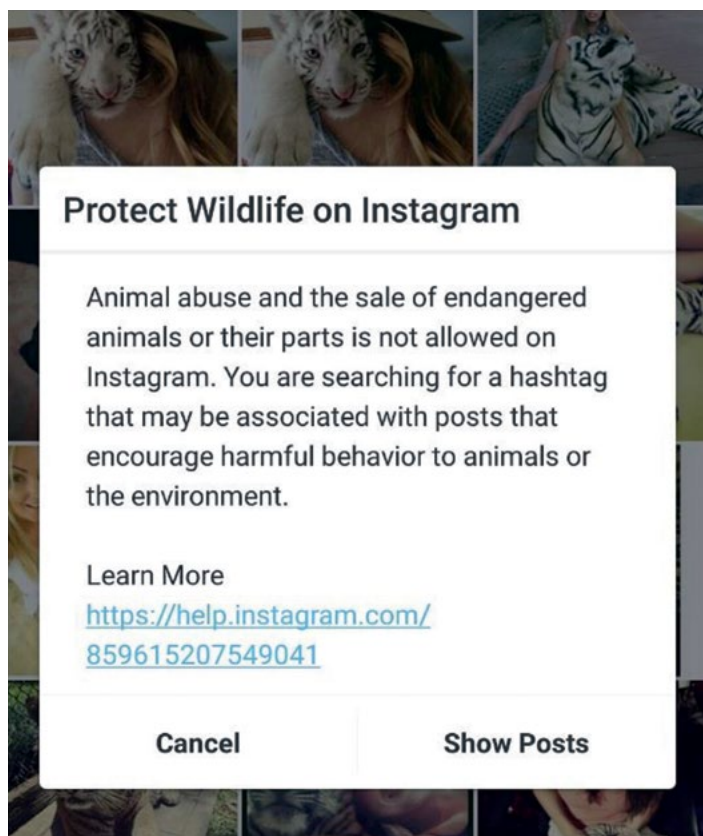
Étant donné l'extraordinaire capacité des médias sociaux à influencer des milliards d'utilisateurs sur la planète, le volet « éducation des utilisateurs » de la Coalition est capital dans la lutte contre le trafic des espèces sauvages qui se joue par la messagerie et les applications de ces médias. De nombreux utilisateurs des médias sociaux sont susceptibles de réagir à des contenus et de les partager sans vraiment se préoccuper de leur origine, d'où l'importance de mettre en évidence le lien qui existe entre l'usage des sites d'une part et l'achat d'animaux vivants et le trafic d'autre part (TRAFFIC, communication personnelle, 2019).

En décembre 2017, TRAFFIC et le WWF ont lancé avec Instagram un système d'alertes pop-up pour sensibiliser les utilisateurs, qui affiche une mise en garde lorsque les contenus recherchés sont susceptibles d'être liés au commerce illégal d'animaux sauvages, ainsi que de parties et de produits dérivés (Instagram, 2017). Ces deux organisations ont déterminé environ 250 hashtags (#) sans doute en lien avec ce commerce et ses activités connexes, notamment les selfies avec des espèces exotiques. Les personnes qui cliquent sur les hashtags ciblés pour chercher des contenus reçoivent une alerte les informant de l'enjeu avec un lien vers la page d'aide d'Instagram pour en savoir plus (Instagram, s.d.-a ; voir la figure 4.3).

Cette alerte pop-up a deux objectifs. Le premier est d'éduquer les utilisateurs à propos des publications pouvant être liées au trafic d'espèces sauvages. Ces publications peuvent concerner la vente d'animaux vivants dont la provenance n'est pas vérifiée ou dont le prélèvement dans la nature met en péril la pérennité des populations sauvages,

FIGURE 4.3

Alerte d'Instagram sur le commerce illégal des espèces sauvages, lancée le 4 décembre 2017



Source : copie d'écran Instagram datant de 2018

la promotion de selfies sur les sites touristiques, ou le trafic de produits dérivés des espèces sauvages et bien entendu illicites. Les annonces proposant ouvertement la vente ou l'utilisation d'animaux peuvent induire les internautes en erreur en leur faisant croire que ces transactions seraient légales. Ce fut le cas lorsque des vidéos d'une séance de chatouilles d'un « adorable » loris lent sont devenues virales. Bien que cette espèce soit menacée d'extinction et figure à l'Annexe I de la CITES, la déferlante sur les médias sociaux fut telle que l'animal a suscité un véritable engouement et une énorme demande comme animal de compagnie (CITES, s.d.-b, s.d.-d). Les nombreux visiteurs ont probablement supposé que ce primate levait les bras parce qu'il aimait être chatouillé, ignorant que ce comportement naturel est en fait un geste de défense (Nekaris *et al.*, 2013). Les alertes pop-up que reçoivent les utilisateurs lorsqu'il cherchent #slowloris vise à les empêcher de faciliter sans le savoir ce commerce illégal.

Le second objectif de ces alertes est de dissuader les trafiquants d'exploiter la plateforme pour commettre leurs méfaits. Elles informent les vendeurs, qui jusque-là opéraient en toute impunité, de l'engagement d'Instagram à traquer les publications en infraction avec ses règlements sur les espèces sauvages.

Si ces alertes constituent un bon début dans la lutte contre le trafic sur internet, la nature évolutive du commerce illicite exige également des parades adaptables supplémentaires et des mesures préventives dans l'ensemble du secteur. En 2019, Facebook a renforcé sa politique sur les espèces sauvages en interdisant la publicité de toutes les espèces mentionnées à l'Annexe I de la CITES et de tous les animaux vivants, sauf ceux proposés par des vendeurs vérifiés. Il est conseillé aux membres de la Coalition de continuer leurs actions éducatives tout en veillant de plus près au respect de leurs règlements et en mettant l'accent sur les solutions automa-

tisées pour détecter et prévenir les publications relatives à des activités illicites touchant les espèces sauvages.

Conclusion

La plupart des organisations qui s'emploient à combattre le commerce illégal de grands singes sauvages se sont beaucoup appuyées sur les interdictions et la répression, en concentrant leurs efforts sur la prévention du braconnage et la capture des braconniers, des trafiquants, des transporteurs et de divers acteurs impliqués dans la filière (Groupe de la Banque mondiale, 2016). Le déclin constant des populations et la perte régulière d'habitat interrogent sur l'efficacité d'une méthode reposant sur cette solution. S'il est sans aucun doute nécessaire d'imposer plus de sanctions et d'engager davantage de poursuites pour endiguer l'offre, et donc la capture de grands singes dans la nature, il est urgent de juguler la demande qui entretient le commerce.

Comme le démontre ce chapitre, la demande locale d'orangs-outans dans la partie indonésienne de Bornéo résulte davantage d'idées fausses sur leurs besoins fondamentaux que de l'espoir d'un gain financier. Les campagnes de défense de la cause des grands singes peuvent présenter un intérêt dans un tel cas, comme aux États-Unis où elles ont permis de contrecarrer la demande d'« acteurs » employés dans le secteur du divertissement. En Indonésie, des mesures de réduction de la demande feraient diminuer le nombre d'orangs-outans capturés dans le sillage de la chasse et du recul de la forêt. Des campagnes de sensibilisation pourraient quant à elles servir à modérer la demande de grands singes prélevés dans la nature en Thaïlande, en particulier en ciblant les touristes afin d'en limiter l'exploitation pour les selfies et de porter un coup à la popularité des spectacles d'orangs-outans.

“S’il est sans aucun doute nécessaire d’imposer plus de sanctions et d’engager davantage de poursuites pour endiguer l’offre, et donc la capture de grands singes dans la nature, il est urgent de juguler la demande qui entretient le commerce.”

Les associations zoologiques internationales peuvent instaurer des partenariats avec des zoos et parcs animaliers chinois (comme avec les organes de réglementation du pays) pour améliorer la condition des grands singes captifs, en dispensant des conseils pour prévenir l’hybridation et réduire le taux de mortalité fœtale et infantile. La diminution de ce taux, et donc le maintien du nombre souhaité de petits, présente aussi l’avantage de faire baisser la demande de jeunes capturés dans la nature. L’évolution qui se dessine dans l’attitude de la population chinoise à l’égard des espèces sauvages laisse penser que ce pays pourrait bientôt envisager des mesures de conservation plus concertées et des politiques publiques plus strictes en faveur de la protection des grands singes.

En facilitant et en promouvant leur commerce illégal, les médias sociaux constituent à la fois un problème et une opportunité. La collaboration entre les organisations de conservation et les médias sociaux a déjà débouché sur la mise en place d’alertes et de programmes éducatifs pour les utilisateurs. Des politiques plus fermes et des mesures supplémentaires (y compris la déclaration des infractions aux autorités chargées de faire respecter la loi) pourraient fortement contribuer à désamorcer la demande de grands singes qui sont recherchés comme animal de compagnie, pour agrémenter des clichés exotiques et pour les spectacles, entre autres dans les points chauds du trafic d’aujourd’hui.

Remerciements

Auteurs principaux : Helga Rainer¹⁹, Annette Lanjouw²⁰, Karmele Llano Sánchez²¹ et Graham L. Banes²²

Contributeurs : Susan M. Cheyne²³, Liana Chua²⁴, Julia Gallucci²⁵, Steven Galster²⁶, Giavanna Grein²⁷, Steve Ross²⁸ et Penny Wallace²⁹

Encadré 4.1 : Julia Gallucci

Encadré 4.2 : Annette Lanjouw

Encadré 4.3 : Steve Ross

Étude de cas 4.1 : Liana Chua

Notes de fin de chapitre

- 1 Cette section s’appuie sur les observations personnelles de G.L. Banes, qui a vécu et travaillé en Chine de 2013 à 2016, et a visité plus de 180 zoos.
- 2 D’après des conversations informelles avec le personnel des zoos et des permis vus par l’auteur.
- 3 Ces deux dos argentés vivant seuls se trouvent l’un au zoo de Zhengzhou, dans la province du Henan, et l’autre au zoo de Jinan, dans la province du Shandong ; un groupe de gorilles est visible quant à lui au zoo de Shanghai.
- 4 Il convient cependant de signaler que l’AZA propose des traductions en japonais et en espagnol de son manuel sur les soins à apporter aux chimpanzés (AZA Ape TAG, 2010 ; TAG de Simios de la AZA, 2010).
- 5 Informations figurant dans le contrat que Steve Martin avait signé avec Microsoft en 2015, et consultées par les auteurs.
- 6 Informations figurant dans un document de suivi interne de l’association PETA, recueillies et organisées par J. Gallucci.
- 7 Cette section rend compte des observations de Steven Galster qui, avec des employés de l’organisation Freeland, a commencé en 1999 à surveiller l’exploitation des grands singes hominidés dans le secteur du divertissement en Thaïlande. Il est aussi intervenu lors de négociations bilatérales au niveau gouvernemental qui ont conduit au rapatriement en Indonésie d’orangs-outans arrivés en contrebande en Thaïlande.
- 8 D’après les observations de Freeland lors de réunions entre ONG et autorités à Jakarta et à Bangkok en 2002, 2003 et 2004.
- 9 D’après les observations annuelles de Freeland lors de spectacles à Bangkok et à Phuket.
- 10 Enquêtes ponctuelles de Freeland effectuées tous les ans lors de spectacles à Bangkok et à Phuket.
- 11 Cette section présente des données issues d’une étude réalisée actuellement par l’International Animal Rescue (IAR) Indonésie qui s’intéresse aux motivations des personnes gardant un orang-outan chez elles, ainsi qu’aux facteurs induisant ce comportement. Les données ont été collectées au cours d’entretiens avec leurs propriétaires, avant, pendant ou après leur sauvetage par l’IAR et le BKSDA (Agence de conservation des ressources naturelles du ministère indonésien de l’Environnement et des Forêts). L’étude a démarré en 2012.
- 12 Cette section présente des données issues d’une étude réalisée actuellement par l’International

- Animal Rescue (IAR) Indonésie qui s'intéresse aux motivations des personnes gardant un orang-outan chez elles, ainsi qu'aux facteurs induisant ce comportement. Les données ont été collectées au cours d'entretiens avec leurs propriétaires, avant, pendant ou après leur sauvetage par l'IAR et le BKSDA (Agence de conservation des ressources naturelles du ministère indonésien de l'Environnement et des Forêts). L'étude a démarré en 2012.
- 13 Cette section présente des données issues d'une étude réalisée actuellement par l'International Animal Rescue (IAR) Indonésie qui s'intéresse aux motivations des personnes gardant un orang-outan chez elles, ainsi qu'aux facteurs induisant ce comportement. Les données ont été collectées au cours d'entretiens avec leurs propriétaires, avant, pendant ou après leur sauvetage par l'IAR et le BKSDA (Agence de conservation des ressources naturelles du ministère indonésien de l'Environnement et des Forêts). L'étude a démarré en 2012.
 - 14 L'âge des gibbons a été évalué par les auteurs.
 - 15 Cette étude de cas reprend de nombreux éléments de Chua (2018a, 2018b) ainsi que des travaux de recherche (non publiés) actuellement menés par Liana Chua sur la façon dont les médias sociaux traitent la cause des orangs-outans, en images et par les textes.
 - 16 Pour aller plus loin, voir Palmer (2018, pp. 57-61).
 - 17 Données non publiées de l'IAR, vues par les auteurs.
 - 18 En juin 2020, les membres de la Coalition to End Wildlife Trafficking Online mise en place par le WWF, TRAFFIC et l'IFAW étaient les suivants : 58 Group, Alibaba, Artron, Baidu, Baixing, Deine Tierwelt, eBay, Etsy, Facebook, Google, Huaxia Collection, Hantang Collection, Instagram, Kuaishou, Kupatana, Mall for Africa, Leboncoin, letgo, Microsoft, OfferUp, OLX, Pinterest, Poshmark, Qyer, Rakuten, Ruby Lane, Sapu, Shengshi Collection, Sina, Sougou, Tencent, Tortoise Friends, Wen Wan Tian Xia, Zhong Hua Gu Wan, Zhongyikupai et Zhuanzhuan (WWF, s.d.).
 - 19 Fondation Arcus (www.arcusfoundation.org).
 - 20 Fondation Arcus (www.arcusfoundation.org).
 - 21 International Animal Rescue (www.internationalanimalrescue.org).
 - 22 Wisconsin National Primate Research Center (www.primate.wisc.edu).
 - 23 Borneo Nature Foundation (<http://www.borneonaturefoundation.org/en/>)
 - 24 Brunel University London (www.brunel.ac.uk/anthropology).
 - 25 People for the Ethical Treatment of Animals (www.peta.org).
 - 26 Freeland (www.freeland.org).
 - 27 TRAFFIC (www.traffic.org).
 - 28 Zoo de Lincoln Park (www.lpzoo.org) et Project ChimpCARE (www.chimpcare.org)
 - 29 TRAFFIC (www.traffic.org).