



Armes et Équipements La saga des marques

INTERPROCHASSE

L'union fait la chasse



Plutôt que de défendre leurs intérêts chacune dans leur coin, les professions de la chasse se sont regroupées pour tenir les lignes, et même mieux puisqu'elles montent au front!

par Philippe Jung

Tel un arbre qui déploie ses branches autour d'un tronc commun, la filière chasse est constituée des représentants des métiers de la filière chasse, à savoir les éleveurs et accoueurs de gibier, les armuriers, les fabricants d'armes et de munitions, les fabricants d'aliments pour le gibier, les chasses professionnelles, les distributeurs de viande de gibier, la Société centrale canine et bien sûr la Fédération nationale des chasseurs! Autant d'acteurs qui ont décidé d'unir leurs forces dans la défense et la

promotion de la chasse, afin d'en préserver ses spécificités, son savoir-faire, son activité économique et ses emplois. C'est ainsi qu'en 2007, sous l'impulsion de Georges Dutruc-Rosset alors commissaire à l'aménagement des domaines présidentiels de Marly-le-Roi et de Rambouillet, est née InterProchasse. InterProchasse est donc une interprofession des différentes organisations privées nationales de la filière gibier et de la chasse. Reconnue comme organisation professionnelle par les pouvoirs publics par arrêté ministériel du 24 février 2009, elle est financée par

la collecte d'une contribution obligatoire (CVO) prélevée sur l'aliment gibier et les cartouches de chasse, quels que soient leur type et leur calibre.

Son président de l'époque, Jean-François Finot, n'a jamais caché les difficultés du départ. Des difficultés liées bien entendu aux intérêts qui auraient pu apparaître comme divergents entre les onze membres, mais la raison a fini par l'emporter et c'est ainsi que depuis quinze ans la filière chasse parle d'une même voix et agit dans un sens commun, avec une volonté commune. S'il existe une



Famille du média : Médias spécialisés
grand public

Périodicité : Mensuelle

Audience : 733000

Sujet du média : Loisirs-Hobbies



Edition : Mars 2022 P.76-78

Journalistes : -

Nombre de mots : 888

p. 2/3



soixantaine d'organismes interprofessionnels officiels comme InterProchasse, chacun représentant son propre domaine d'activité, la structure cynégétique offre une particularité qui échappe aux autres : celle de défendre à travers la filière économique une pratique ancestrale subissant les attaques d'une société où l'intolérance semble devenir la règle.

Une représentation dont plus personne ne peut se passer aujourd'hui et qui porte ses fruits. La visibilité de l'interprofession augmente régulièrement auprès du grand public, comme le prouvent les nombreux

articles et reportages consacrés par l'ensemble des médias aux actions de communication menées par InterProchasse. Des opérations menées avec succès et décidées sur la base d'un constat : si la passion de la chasse anime certes tous les membres d'InterProchasse, il n'existe qu'un seul dénominateur commun à tous les chasseurs, c'est la venaison !

C'est ainsi qu'en 2013 InterProchasse a lancé l'opération « Les chasseurs ont du cœur », en partenariat avec la Fédération française des banques alimentaires. Elle consiste à offrir quelque 5 000 faisans

« prêts à cuisiner » et 500 terrines de gibier destinés à embellir les fêtes de fin d'année des plus démunis. Ces aliments riches en protéines sont distribués par quinze centres caritatifs répartis sur tout le territoire national.

Autre opération à l'initiative d'InterProchasse depuis 2018, « Le gibier, y avez-vous pensé ? ». La dernière campagne en date s'est tenue du 1^{er} octobre au 31 décembre 2021, avec cette fois-ci un partenariat suivi par plus de 350 boucheries et GMS (grandes et moyennes surfaces) qui ont mis en avant le gibier sur leurs étals.



Famille du média : Médias spécialisés
grand public

Périodicité : Mensuelle

Audience : 733000

Sujet du média : Loisirs-Hobbies



Edition : Mars 2022 P.76-78

Journalistes : -

Nombre de mots : 888

p. 3/3



Photos : InterProchasse



Cette belle initiative est l'occasion pour InterProchasse de faire gagner la deuxième édition de son livre de recettes de gibier parrainé par Guillaume Gomez, ancien chef de l'Élysée et aujourd'hui ambassadeur de la gastronomie française. L'objectif? Banaliser la venaison pour la faire entrer dans les mœurs culinaires et désaisonnaliser sa consommation pour en faciliter la vente tout au long de l'année. Un message qui creuse son sillon auprès du grand public et suscite un réel engouement comme le prouvent le site jecuisinedugibier.fr et son pendant des réseaux sociaux @jecuisinedugibier, dont le succès augmente de jour en jour. La venaison, un véritable cheval de bataille pour InterProchasse, qui n'oublie pas de s'adresser aux professionnels qui distribuent ou cuisinent le fruit de la chasse, et qui se sont retrouvés autour de cette thématique durant la Semaine du gibier inaugurée le 20 octobre dernier dans le pavillon du gibier de Rungis en présence de chefs d'Euro-Toques, de parlementaires et de représentants des différents ministères. Le retentissement médiatique ne s'est pas fait attendre, avec entre



Œuvres caritatives, promotion de la venaison et défense des intérêts de la filière chasse, InterProchasse est sur tous les fronts.

autres une émission spéciale gibier dans *Objectif Top Chefs* sur la chaîne M6, suivie par 1,6 million de téléspectateurs. Les membres d'InterProchasse ont compris tout l'intérêt que représente la venaison pour gagner la bataille de la communication auprès du grand public, mais ils ne s'en contentent pas et battent également le fer des chantiers



liés aux différentes crises Covid et influenza aviaire par un travail de fond auprès des pouvoirs publics et pour lequel ils ne ménagent pas leurs efforts. Un travail de l'ombre dont les chasseurs ne sont pas toujours conscients, mais qui est porteur d'espoir pour assurer l'avenir d'une passion partagée entre professionnels et amateurs.

