

Faire de la

venaison française

une filière alimentaire d'avenir

Une stratégie au service de la souveraineté
alimentaire portée par la Fédération nationale des chasseurs



Fédération Nationale **des Chasseurs**

Association agréée au titre
de la protection de l'environnement

Sommaire

p2 **Édito de Willy Schraen,**
Président de la Fédération
nationale des chasseurs
*« Nous ne manquons pas de gibier.
Nous manquons encore de liberté
pour le valoriser. »*

p3 **Faire de la venaison
française une filière
alimentaire d'avenir**

p9 **Canicules et incendies
gardons tous la tête froide !**
par Willy Schraen

p10 **Les dates d'ouverture
de la chasse (2026-2027)**

p11 **Quelles règles pour avoir
le droit de chasser ?**

p12 **Une fois l'examen en poche,
comment faire pour chasser ?**



Édito

« Nous ne manquons pas de gibier.
Nous manquons encore de liberté
pour le valoriser. »

La France a du gibier. Beaucoup de gibier. Elle a des chasseurs qui ont prélevé plus de 800 000 sangliers la saison dernière. Un niveau inédit. Elle a aussi des artisans, des restaurateurs et des consommateurs de plus en plus attentifs à l'origine et à la qualité de ce qu'ils mangent. Et elle dispose désormais d'une marque, initiée par la Fédération nationale des chasseurs, capable de fédérer toutes ces énergies : « Gibiers de France ». Alors, qu'attendons-nous pour faire le lien entre nos tableaux de chasse et l'assiette des Français ? Car le paradoxe est là : plus de la moitié du gibier commercialisé en France provient encore de l'importation, alors même que nous disposons, sur notre territoire, d'une ressource sauvage et abondante. À l'heure où les Français demandent davantage de traçabilité, de proximité et de produits français, consommer notre propre gibier tombe sous le sens. La venaison a aujourd'hui toute sa place dans nos assiettes. C'est aussi un enjeu de souveraineté alimentaire. Et celle-ci ne peut pas se limiter à un slogan. Les sécheresses plus fréquentes et plus intenses fragilisent notre agriculture, élevage compris. La venaison ne prétend évidemment pas répondre, à elle seule, à ce défi. Mais la souveraineté alimentaire commence par une évidence : mieux valoriser ce que nos territoires produisent déjà plutôt que continuer à l'importer. Avec « Gibiers de France », nous avons enclenché cette dynamique. 12 mois après le lancement de la marque, les premiers résultats montrent qu'une attente existe. Elle donne à la filière une identité commune, davantage de lisibilité, de visibilité et de confiance. Mais une marque, à elle seule, ne suffira pas. Il faut maintenant changer d'échelle. Notre ambition est claire : construire de véritables filières françaises de la venaison, capables de relier chasseurs, collecteurs, transformateurs, artisans, restaurateurs, distributeurs et consommateurs ; des filières ancrées dans nos territoires, créatrices d'activité, d'emplois et de valeur. Des filières capables, surtout, de donner de nouveaux débouchés à nos tableaux de chasse. Pour y parvenir, nous devons lever les obstacles qui



Willy Schraen
Président de la Fédération
nationale des chasseurs

freinent encore trop souvent les initiatives. Protéger le consommateur est une exigence. Mais cela ne doit pas conduire à décourager ceux qui veulent entreprendre, transformer, commercialiser et faire vivre cette filière. Nous ne manquons pas de gibier. Nous manquons encore de liberté pour le valoriser. Heureusement, les lignes commencent à bouger. Mais pour réussir, il nous faut aussi changer profondément l'image du gibier. La venaison ne doit plus être perçue comme une viande réservée aux grandes occasions. Barbecue, plancha, burger, brochettes, bolognaise ou tartare : le gibier doit être une viande du quotidien, simple à cuisiner, conviviale et accessible. Et cet enjeu est aussi celui du pouvoir d'achat. À l'heure où le budget alimentaire reste une préoccupation majeure pour de nombreux Français, mieux structurer la filière doit permettre de rendre le gibier français plus accessible, à davantage de consommateurs. C'est notre prochaine bataille : faire sortir le gibier du seul univers de la chasse pour le faire entrer pleinement dans celui de l'alimentation. Pour cela, nous devons désormais franchir une nouvelle étape : donner envie aux Français de consommer du gibier français. Notre prochaine campagne télévisée, diffusée en novembre, portera précisément cette ambition : donner envie de redécouvrir le gibier. Demain, je veux que les Français regardent la venaison comme une richesse de nos terroirs, porteuse d'un savoir-faire, d'une histoire et d'une identité. Valoriser français, transformer français, consommer français : voilà notre ambition ! Avec « Gibiers de France », nous avons posé les fondations. Nous avons la ressource. Nous avons les savoir-faire. Nous avons les acteurs. À nous, maintenant, de libérer la filière et de donner aux Français l'envie de mettre le gibier français au cœur de leurs assiettes. ■

Faire de la venaison française une filière alimentaire d'avenir

Une stratégie au service de la souveraineté alimentaire
portée par la Fédération nationale des chasseurs

La France possède une ressource alimentaire unique : locale, durable, sauvage, disponible sur l'ensemble du territoire ; elle répond aux attentes croissantes des consommateurs en matière de qualité, de traçabilité et de proximité.

En 2025-2026, près de 881 000 sangliers ont été prélevés en France. Un niveau inédit.

La nécessité de gérer les populations de grand gibier face notamment aux dégâts agricoles et forestiers est un impératif. Le véritable enjeu est désormais de mieux valoriser la ressource issue de ces prélèvements.

La venaison française possède en effet de nombreux atouts pour devenir une véritable filière alimentaire : une viande locale, sauvage, naturellement maigre, riche en protéines, traçable, issue d'animaux vivant en milieu naturel, sans intervention humaine ni antibiotiques.

Pourtant, seule une partie de cette viande rejoint aujourd'hui les circuits commerciaux. L'essentiel reste autoconsommé ou distribué dans un cadre privé, faute de circuits de collecte, de transformation et de commercialisation suffisamment structurés pour permettre une valorisation à plus grande échelle.

L'enjeu est de mieux utiliser une ressource déjà disponible, dans le respect des équilibres écologiques et des objectifs de gestion durable.

C'est aussi l'occasion de créer de nouvelles activités dans les territoires ruraux, de développer les circuits courts, de soutenir les artisans, de renforcer notre souveraineté alimentaire et de répondre à la demande croissante de produits français, locaux et porteurs de sens.

Pourquoi, dès lors, la filière venaison peine-t-elle encore à changer d'échelle ?

Les blocages sont désormais bien identifiés et peuvent être levés. ■

Les difficultés de la filière ne tiennent ni à un manque de ressource ni à une absence de demande. Elles résultent surtout de freins réglementaires, logistiques et économiques qui limitent depuis de nombreuses années le développement de la filière venaison.

Le premier obstacle est réglementaire.

La commercialisation du gibier sauvage est encadrée par des exigences de normes bien au dessus des standards européens. Chaque animal destiné à la consommation fait l'objet d'un examen initial réalisé par une personne formée, souvent un chasseur, ainsi que de procédures rigoureuses de traçabilité et, selon les espèces, d'analyses sanitaires spécifiques.

Ces règles sont indispensables : elles garantissent aux consommateurs un haut niveau de sécurité alimentaire et contribuent à la qualité du modèle français.

Mais, au fil du temps, l'empilement des procédures s'est avéré contre-productif. Certaines obligations ne sont plus pleinement adaptées aux réalités d'une filière qui souhaite aujourd'hui développer les circuits courts et l'approvisionnement des commerces de proximité. Cette difficulté est d'autant plus sensible que les importations représentent 51 % des volumes de gibier commercialisés en France (source : CGAAER, Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux).

Focus :

51 % du gibier commercialisé en France est importé

Plus d'une viande de gibier sur deux mise sur le marché français vient de l'étranger. Selon le rapport du CGAAER consacré à la valorisation de la venaison, 51 % des volumes commercialisés en France étaient issus de l'importation en 2019.

Cette année-là, 4 406 tonnes de gibier ont été importées, alors même que la France dispose d'une ressource sauvage abondante sur ses territoires. Au total, le CGAAER estimait à 8 688 tonnes le volume de viande de gibier entrant sur le marché, importations comprises.



L'objectif est donc clair : simplifier les procédures devenues inutilement lourdes, sans jamais compromettre la sécurité alimentaire des consommateurs.

Le deuxième frein est celui des infrastructures.

Contrairement aux filières d'élevage, la venaison provient d'animaux prélevés sur des territoires très dispersés et selon une forte saisonnalité. Sa valorisation nécessite donc des équipements spécifiques : chambres froides, centres de collecte, ateliers de découpe, véhicules réfrigérés et établissements de traitement.

Or, ces infrastructures restent insuffisamment développées. Aujourd'hui, seule une vingtaine d'établissements de traitement du gibier couvre le territoire national. Dans plus de la moitié des départements, les chasseurs ne disposent d'aucune solution de proximité pour valoriser leur gibier. Cette situation limite l'accès des artisans bouchers, des restaurateurs et des commerces alimentaires à une viande pourtant disponible localement. Le gibier ne représente encore qu'une faible part de la consommation de viande, de l'ordre de 1 à 2 % selon les estimations. (cf. focus : une ressource largement sous-valorisée)

Focus :

La viande de gibier : une ressource largement sous-valorisée

Environ 17 500 tonnes de viande sans os de grand gibier français seraient disponibles chaque année, alors que seulement 7,2 % seraient orientées vers le marché. Ces estimations sont issues du rapport « Valorisation de la venaison » - Mission n° 21032 du Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux (CGAAER), publié en 2021. Le rapport dit que l'autoconsommation demeure très largement dominante.

Enfin, la filière pâtit encore d'une image qui ne correspond plus tout à fait à la réalité de l'offre.

Pour beaucoup de Français, le gibier reste associé aux repas de fête ou à une gastronomie réservée à quelques initiés. Mais cette perception évolue.

Aujourd'hui, la venaison se décline sous des formes variées et accessibles : steaks hachés, saucisses, burgers, bolognaise, terrines, plats cuisinés ou recettes du quotidien. Elle trouve naturellement sa place chez les artisans bouchers et dans les restaurants, et pourrait demain davantage intégrer la restauration collective.

Le défi consiste donc moins à faire découvrir cette viande qu'à la rendre visible, disponible et facile d'accès.

L'expérience menée lors du Salon international de l'agriculture en a fourni une illustration concrète.

Pendant 9 jours, pour l'édition 2026 du Salon, près de 15 000 visiteurs se sont arrêtés au comptoir de dégustation de gibier de la FNC, où plus de 60 000 bouchées ont été proposées. (cf. encadré)

Comptoir de dégustation de gibier :

15 000 visiteurs conquis au Salon de l'agriculture
Installé dans l'espace de la Région Hauts-de-France, le comptoir de dégustation de gibier de la FNC a attiré près de 15 000 visiteurs du Salon de l'agriculture grâce à son offre de dégustation gratuite.

Pour sa 3^e édition, une équipe de chefs a cuisiné sur place entre 6 000 et 8 000 bouchées par jour, soit environ 60 000 sur l'ensemble du salon. Un niveau comparable à celui de l'édition 2025, qui confirme l'intérêt du public pour une cuisine de gibier inventive et responsable.

Les recettes proposées ont fait la part belle aux terroirs et aux produits emblématiques des Hauts-de-France : waterzooi de faisan au jus réduit et légumes racines, terrine de sanglier au maroilles, « street welsh - le Ch'ti cochon des bois », ou encore tartare de cerf en barquette d'endive.



Le constat est clair : lorsqu'elle est expliquée, bien cuisinée et facilement accessible, la venaison séduit.

Les principaux obstacles apparaissent donc moins culturels qu'organisationnels.

C'est précisément pour les lever que la Fédération nationale des chasseurs (FNC) a engagé une stratégie nationale de structuration de la filière.

Une stratégie nationale déjà engagée par la FNC

La filière venaison ne se construira pas seule : elle suppose une vision partagée, des investissements et une mobilisation collective.

Depuis plusieurs années, la FNC porte cette ambition avec un objectif clair : faire de la venaison une filière alimentaire française à part entière, créatrice de valeur pour les territoires, les professionnels et source de satisfaction pour les consommateurs.

Cette stratégie doit associer l'État, les collectivités territoriales, les Fédérations départementales des chasseurs, les établissements de traitement du gibier, les artisans bouchers, les restaurateurs, les transformateurs et les distributeurs. Tous ont un intérêt commun : mieux valoriser



une ressource déjà disponible, en phase avec les attentes des consommateurs.
Pour y parvenir, 6 priorités structurent aujourd'hui l'action de la FNC.

Expérimenter aujourd'hui les filières de demain

La FNC souhaite démontrer que de nouveaux modèles d'organisation et de valorisation sont possibles.

Selon le CGAAER, une part importante de la venaison consommée en France circule en dehors des circuits commerciaux structurés et reste donc difficile à quantifier précisément. Le rapport utilise à ce sujet la notion de « circuits gris. » Une partie du grand gibier prélevé est ainsi consommée sans apparaître dans les statistiques d'une filière commerciale. On connaît donc relativement bien les volumes pris en charge par les opérateurs professionnels, mais beaucoup moins précisément l'ensemble des volumes réellement consommés.

Les circuits courts représenteraient 9 % des volumes et les circuits longs seulement 3,5 %. Ces chiffres illustrent un paradoxe : alors que les prélèvements de grand gibier sont importants, la venaison française reste peu visible dans les circuits alimentaires organisés. Le développement des circuits longs demeure nécessaire, mais il exige du temps et des investissements importants. Pour réduire la part des « circuits gris », la FNC souhaite donc faciliter le développement des circuits courts. (cf. *focus*)

Focus :

Les différents circuits de venaison

Destination du grand gibier prélevé :

- **Autoconsommation** : chasseurs et foyer
- **Circuit de proximité** : dons, partages et certaines cessions directes autorisées
- **« Circuit gris »** : circuits hors marché structuré, dons, partages et autres flux insuffisamment documentés
- **Circuit professionnel** : collecte, établissement de traitement, transformation, distribution, restauration, commerce.

C'est tout l'objet de l'expérimentation nationale engagée à la suite de l'arrêté ministériel du 26 juin 2024. Celui-ci permet de déroger au cadre issu de l'arrêté du 18 décembre 2009, qui impose en principe la commercialisation du grand gibier sous forme de carcasse entière, en peau et éviscérée.

Pour la première fois, des chasseurs autorisés peuvent, dans un cadre sanitaire strict, dépouiller une carcasse et la découper en six morceaux destinés à être vendus directement à un artisan boucher, un restaurateur, un traiteur ou un commerce de proximité situé dans un rayon de 80 kilomètres. Cette évolution peut profondément modifier l'organisation de la filière. Elle rapproche la première transformation des territoires de chasse, limite certains transports, facilite l'approvisionnement des professionnels et permet à davantage de consommateurs d'accéder à une viande locale, sauvage et traçable.

Initialement autorisée sur 10 territoires, l'expérimentation ne compte encore que 3 territoires engagés, ce qui montre que le dispositif reste encore complexe à mettre en œuvre. Une étude conduite avec l'IFIP doit permettre d'en évaluer les impacts économiques : évolution du chiffre d'affaires des commerces partenaires, attractivité de l'offre, comportement des consommateurs et potentiel de nouveaux débouchés. L'enjeu est de disposer de données objectives pour construire les modèles économiques de demain.

Un autre enjeu majeur est le développement des centres de collecte : aujourd'hui, 53 % des départements ne disposent pas de collecte organisée de gibier. Or, une instruction technique complexifie le recours à des solutions mobiles de refroidissement du gibier. Les collecteurs doivent alors envisager l'investissement dans une chambre froide fixe, alors même que l'équilibre économique de cette activité reste fragile.

Simplifier les règles sans renoncer à l'excellence sanitaire

Chaque consommateur doit pouvoir acheter de la venaison avec le même niveau de confiance que pour n'importe quelle autre filière alimentaire. La France dispose d'un système de contrôle sanitaire particulièrement exigeant.

L'enjeu n'est donc pas d'alléger les contrôles, mais de simplifier les procédures administratives qui peuvent l'être sans diminuer le niveau de sécurité sanitaire.

Depuis plusieurs années, la FNC travaille avec la Direction générale de l'Alimentation (DGAL) du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire afin d'adapter la réglementation aux réalités du terrain.

Après plusieurs mois de discussions, la DGAL a confirmé plusieurs simplifications importantes concernant l'expérimentation de découpe du grand gibier destinée aux circuits courts.

Ces évolutions concernent notamment l'organisation des locaux, avec un allègement des exigences de sectorisation entre les différentes étapes : éviscération, dépouillage et découpe.

Le plan de maîtrise sanitaire (PMS) est également simplifié : une présentation orale des procédures pourra remplacer le document écrit détaillé jusqu'alors exigé.

Le PMS sera transmis directement à la DDETSPP (Direction départementale de l'emploi, du travail, des solidarités et de la protection des populations) pour validation, sans validation préalable par la DGAL. Les obligations de suivi administratif seront également allégées grâce à des tableaux d'enregistrement simplifiés.

Le transport des morceaux entre le local de chasse et le commerce de détail pourra être assuré par le véhicule frigorifique du commerçant, tout en restant sous la responsabilité du chasseur.

Enfin, l'expérimentation pourra être déployée sur l'ensemble du territoire, sans être limitée aux secteurs disposant d'un établissement de traitement du gibier (ETG).

L'instruction technique récemment publiée à la suite de ces avancées permet aux territoires engagés dans l'expérimentation de réaliser les éventuels travaux de mise en conformité, puis d'accomplir les démarches administratives nécessaires.

À terme, ces évolutions réglementaires devraient permettre la généralisation du développement des circuits courts.

Chaque pièce commercialisée sous la marque label répond à des exigences précises : elle provient exclusivement de gibier sauvage prélevé en France, suit un parcours tracé du territoire de chasse jusqu'au consommateur et fait l'objet de contrôles réalisés par un organisme certificateur indépendant, Certipac. Une analyse du cycle de vie (ACV), réalisée par l'IFIP (Institut français du porc), va compléter cette démarche. Elle vise à mesurer de manière scientifique les impacts environnementaux associés à la viande de gibier, depuis l'animal prélevé jusqu'à sa consommation, et permet notamment d'estimer une empreinte environnementale par kilogramme de venaison consommable. Des études scientifiques mettent également en avant les qualités nutritionnelles de la venaison.

Les travaux menés par le professeur Ducluzeau mettent en évidence une viande naturellement maigre, riche en protéines de haute qualité, source de fer, de zinc et de potassium, et présentant de très faibles niveaux de contaminants environnementaux. (*cf encadré*). Autant d'atouts susceptibles de répondre aux attentes alimentaires des Français.

La viande de gibier : l'allié nutritionnel

Maigre, riche en protéines et source de micronutriments essentiels, la viande de gibier présente un profil nutritionnel particulièrement intéressant.

2,3 % de matières grasses en moyenne

Soit une quantité comparable à celle d'un yaourt nature et, en moyenne, 4 fois moins de matières grasses que dans l'œuf.

22 % de protéines en moyenne

La viande de gibier apporte des protéines complètes, contenant les 9 acides aminés essentiels. Une portion contribue ainsi à environ 40 % des besoins quotidiens en protéines d'un adulte de 18 à 60 ans.

Fer, zinc et potassium au rendez-vous

Les analyses mettent également en évidence 3 micronutriments clés : la viande de gibier est source de fer et de potassium et riche en zinc. Elle contient en moyenne 3 fois plus de fer et 2 fois plus de zinc que le poulet, pour 100 g.

« Gibiers de France » : donner un visage à la filière

Une filière ne peut se développer durablement sans gagner et conserver la confiance des consommateurs. À l'heure où l'origine des produits, leur traçabilité et leur mode de production sont devenus des critères d'achat essentiels, la venaison avait besoin d'un repère clair, identifiable et fédérateur.

C'est pour répondre à cette attente que la FNC a lancé, en octobre 2025, la marque label « Gibiers de France ».

Bien plus qu'un simple signe distinctif, elle constitue un élément central de la stratégie nationale de structuration de la filière.

Elle a pour ambition de fédérer l'ensemble des acteurs : chasseurs, établissements de traitement, transformateurs, artisans bouchers, restaurateurs et distributeurs _ autour d'un même cahier des charges et d'une même promesse : proposer une viande française, sauvage, traçable et contrôlée.



Dans un contexte où les Français recherchent toujours davantage de transparence sur ce qu'ils mettent dans leur assiette, ces garanties fondées sur des études scientifiques constituent un facteur important de confiance supplémentaire.

Mais l'ambition de « Gibiers de France » ne s'arrête pas à la traçabilité.

La marque label vise aussi à moderniser l'image de la venaison.

Pendant longtemps, le gibier a été associé à une cuisine de fête, parfois jugée complexe ou réservée à quelques initiés.

Cette représentation ne correspond plus à la réalité.

Aujourd'hui, la venaison peut trouver sa place dans une cuisine du quotidien : burgers de cerf, saucisses de sanglier, bolognaise, steaks hachés, plats mijotés ou recettes gastronomiques. Elle s'adapte à des usages très variés.

L'objectif est simple : faire du gibier une viande choisie au quotidien, et non plus seulement une viande d'exception.

Cette évolution rejoint les nouvelles attentes des consommateurs.

Ceux-ci recherchent des produits locaux, authentiques, peu transformés, respectueux de l'environnement et porteurs de sens.

La marque « Gibiers de France » porte ainsi une ambition qui dépasse la seule promotion d'un produit. Elle accompagne la structuration d'une filière française, soutient les savoir-faire territoriaux, ouvre de nouveaux débouchés aux professionnels et contribue à renforcer la souveraineté alimentaire du pays.

En quelques mois, cette marque label est devenue le symbole du nouveau regard porté sur la venaison : non plus comme une viande confidentielle, mais comme une ressource alimentaire locale à valoriser. Cette viande, 100 % sauvage et 100 % française, entend se faire une place dans nos assiettes au quotidien.

La preuve par le terrain : la Normandie ouvre la voie

Une stratégie nationale n'a de sens que si elle se traduit par des réalisations concrètes de terrain.

La Normandie en offre aujourd'hui une première illustration. Le 27 juin 2026, à l'occasion des Journées de la biodiversité organisées par la Fédération départementale des chasseurs de la Manche, la première déclinaison régionale de la marque label « Gibiers de France » a été lancée.

Cette initiative marque une étape importante dans la structuration territoriale de la filière.

Pour la première fois, les principaux maillons de la chaîne sont réunis sur un même territoire : chasseurs, chambres froides, établissement de traitement, artisans bouchers, partenaires institutionnels et Région.

Le principe est simple. Les chasseurs déposent les animaux qu'ils ne souhaitent pas conserver dans un réseau de chambres froides réparties sur le territoire. Les carcasses sont ensuite collectées, préparées dans un établissement spécialisé, puis



commercialisées auprès des professionnels partenaires sous la marque label « Gibiers de France Normandie ».

Cette organisation assure la traçabilité des produits tout en sécurisant l'approvisionnement des bouchers et des restaurateurs. Et l'activité économique locale s'en trouve ainsi renforcée.

Le soutien de la Région Normandie illustre l'intérêt suscité par cette approche. L'inauguration de 6 chambres froides réparties dans la Manche témoigne d'une volonté commune de structurer durablement la filière. La Normandie n'a toutefois pas vocation à rester un cas isolé.

Son expérience doit permettre d'accompagner le déploiement progressif de « Gibiers de France » dans d'autres régions, autour des mêmes principes : proximité, traçabilité, qualité et valorisation des territoires.

La venaison obtient une reconnaissance politique

Une filière ne se construit pas uniquement par des initiatives locales ou des investissements privés. Elle a aussi besoin d'une reconnaissance politique.

Une nouvelle étape a été franchie avec la loi d'urgence pour la protection et la souveraineté agricole, votée en juillet 2026. Pour la première fois, le Parlement a reconnu que la valorisation de la venaison sauvage française pouvait contribuer aux objectifs de souveraineté alimentaire du pays. À l'initiative de plusieurs parlementaires, l'Assemblée nationale puis le Sénat ont adopté des dispositions permettant d'intégrer la venaison parmi les « projets d'avenir agricoles » définis par cette loi.

Cette évolution traduit un changement d'approche sur la venaison. Longtemps abordée sous le seul angle de la chasse, elle est désormais également considérée comme une ressource alimentaire, économique et territoriale.

Elle pourra ainsi s'inscrire dans les dispositifs destinés à accompagner les filières d'avenir : investissements, structuration des outils de transformation, développement

des circuits de proximité, innovation et soutien aux acteurs économiques.

Cette évolution législative constitue également une reconnaissance du travail engagé depuis plusieurs années par la Fédération nationale des chasseurs.

La venaison n'est ainsi plus seulement perçue comme une conséquence de la gestion du grand gibier.

Elle est aussi reconnue comme une opportunité pour l'économie locale, la souveraineté alimentaire et l'alimentation des Français.

Faire connaître la venaison aux Français

Une filière n'existe réellement que si les consommateurs choisissent ses produits.

Pendant longtemps, la venaison est restée discrète dans les rayons des commerces comme sur les cartes des restaurants. Non parce qu'elle ne répondait pas aux attentes des consommateurs, mais parce qu'elle demeurait largement méconnue.

Or, les habitudes alimentaires évoluent profondément.

Les Français recherchent davantage de produits locaux, traçables, authentiques et respectueux de l'environnement. Ils souhaitent connaître l'origine de ce qu'ils consomment et donner davantage de sens à leur alimentation.

La venaison dispose de nombreux atouts pour répondre à ces attentes. Encore faut-il la rendre plus visible et la faire découvrir.

Après avoir travaillé à la structuration de l'offre, à la simplification des règles et au développement de la marque, la FNC ouvre désormais un nouveau chantier : celui de la demande.

À l'automne 2026, une campagne nationale diffusée notamment à la télévision invitera les Français à redécouvrir la venaison. Cette campagne accompagnera le déploiement de la marque label « Gibiers de France » et invitera les Français à redécouvrir une viande française, sauvage et locale.

Au-delà de la promotion d'un produit, il s'agit de faire évoluer durablement le regard porté sur la venaison. La campagne s'appuiera sur un message simple : « Réveillez vos sens ! »

L'objectif est de faire progressivement entrer le gibier dans le quotidien des Français, non comme une curiosité, mais comme une viande de qualité disponible chez les artisans bouchers, les restaurateurs et les commerces de proximité.

Faire connaître la venaison, c'est donner à chacun la possibilité de choisir une alimentation plus locale, plus responsable et plus transparente.

C'est aussi créer les conditions nécessaires à la réussite d'une filière française appelée à prendre davantage de place dans le paysage alimentaire des Français de demain.

La France dispose aujourd'hui de nombreux atouts pour bâtir une véritable filière de la venaison : une ressource naturelle abondante, des consommateurs en quête de produits locaux et traçables, ainsi que des artisans, bouchers, restaurateurs et transformateurs prêts à développer cette offre.

Elle dispose désormais d'une marque nationale qui garantit l'origine et la traçabilité.

Elle bénéficie aussi d'une reconnaissance politique désormais inscrite dans la loi.

L'enjeu n'est donc plus seulement de démontrer le potentiel de la venaison française. Il est désormais de transformer ce potentiel en une véritable réussite économique, alimentaire et territoriale.

Les chasseurs ont pris leur part : ils ont investi, expérimenté, créé une marque nationale et engagé le dialogue avec les pouvoirs publics.

Les premiers résultats sont désormais visibles.

La poursuite de cette dynamique suppose maintenant la mobilisation de l'ensemble des acteurs ?

Aux pouvoirs publics de poursuivre la simplification des règles lorsqu'elles freinent inutilement le développement de la filière, sans diminuer les exigences sanitaires.

Aux collectivités d'accompagner les investissements nécessaires.

Aux professionnels de l'alimentation de faire découvrir cette viande à leurs clients.

Et aux consommateurs de s'en saisir en choisissant une viande française, locale et traçable.

La France importe chaque année plusieurs milliers de tonnes de viande de gibier alors même qu'elle dispose sur son territoire d'une ressource sauvage abondante et encore insuffisamment valorisée.

Ce paradoxe constitue l'un des principaux défis de la filière.

La venaison française n'a pas vocation à rester cantonnée à un marché de niche.

Elle peut devenir une référence de notre patrimoine gastronomique, un moteur de développement pour les territoires ruraux et un nouvel atout de notre souveraineté alimentaire. ■

« Je voudrais que les Français regardent désormais le gibier comme une richesse de nos terroirs, porteuse d'un savoir-faire, d'une histoire et d'une identité. »

Willy Schraen



Canicules et incendies gardons tous la tête froide !

« C et été encore, la France a brûlé. Canicule, sécheresse, incendies : des milliers d'hectares sont partis en fumée, des habitants ont été évacués, des agriculteurs durement éprouvés et la faune sauvage frappée de plein fouet. Et puis il y a les images. Elles tournent en boucle. Forêts en flammes, sols calcinés, paysages lunaires, animaux assoiffés, blessés ou désorientés. Des images qui bouleversent. Alors, les réseaux sociaux s'emballent. Le bruit médiatique enflé, chacun craignant de passer à côté du « buzz » de l'été. L'émotion devient indignation. Et l'indignation finit, comme souvent, par chercher un coupable.

Il y a près de vingt-cinq ans, Jacques Chirac lançait cette phrase restée célèbre : « Notre maison brûle et nous regardons ailleurs. »

Aujourd'hui, notre maison brûle toujours. Mais certains ne regardent plus ailleurs : ils pointent leur regard vers les chasseurs. Ils s'empressent alors de transformer l'émotion légitime en procès politique de la chasse.

Tous les ingrédients étaient donc réunis pour servir, à quelques jours de l'ouverture, un cocktail anti-chasse particulièrement corsé.

Et Sandrine Rousseau s'est chargée d'y ajouter le dernier ingrédient. Prenant précisément prétexte des animaux qui auraient « énormément souffert cet été », elle a appelé ses sympathisants à se rendre dans les forêts et les campagnes, à l'ouverture de la chasse, pour « empêcher » celle-ci et se tenir « debout, face à eux, physiquement ».

Là, nous ne sommes plus dans l'émotion. Nous sommes dans son instrumentalisation politique la plus irresponsable. Car appeler à la confrontation physique entre des citoyens dans nos campagnes n'a plus rien à voir avec le débat démocratique.

Pendant que certains attisent les tensions, les chasseurs, eux, agissent.

Dans les Landes, à Biscarrosse, plus de vingt chasseurs bénévoles se sont relayés pendant une dizaine de jours.

10 000 repas ont été servis, jusqu'à 1 000 par jour, notamment à quelque 600 pompiers, 100 gendarmes, 50 agriculteurs...

En Gironde, 12 m² de denrées et de boissons ont été collectés. Des chasseurs ont apporté un soutien logistique aux pompiers et aux équipes mobilisées. Après les flammes, près de 300 points d'eau et d'alimentation ont été installés pour aider la faune sauvage.

Dans le Rhône, les chasseurs et les sapeurs-pompiers ont maillé la forêt du département et de la métropole de Lyon de points de rencontre pour accélérer les secours. L'objectif est de couvrir l'intégralité de la forêt d'ici la fin de l'été 2026. En Charente-Maritime, plus de 7 700 euros ont été recueillis dans le cadre d'une cagnotte solidaire.



Cette réalité-là fait moins de bruit. Mais c'est celle du terrain. Et c'est précisément parce que nous sommes sur le terrain que nous savons qu'en présence de circonstances exceptionnelles, il faut savoir adapter localement et temporairement nos pratiques. Nous l'avons toujours fait et nous continuerons à le faire.

Nos décisions doivent rester locales, proportionnées, transitoires et fondées sur la situation réelle des populations et des milieux.

Mais je refuse que chaque épisode de canicule ou chaque incendie serve de prétexte à réclamer un nouveau moratoire de la chasse.

La gestion de la faune sauvage se fait territoire par territoire, espèce par espèce, avec ceux qui connaissent le terrain. Pas depuis Paris en regardant une carte météo.

Il faut être cohérent.

On ne peut pas exiger des chasseurs qu'ils assurent une mission de régulation le lundi et vouloir leur interdire de chasser le mardi.

Une image, aussi bouleversante soit-elle, ne peut pas tenir lieu de politique de gestion de la faune sauvage. Pas davantage qu'une vague de chaleur ne peut justifier des interdictions générales décidées sous la pression de l'émotion.

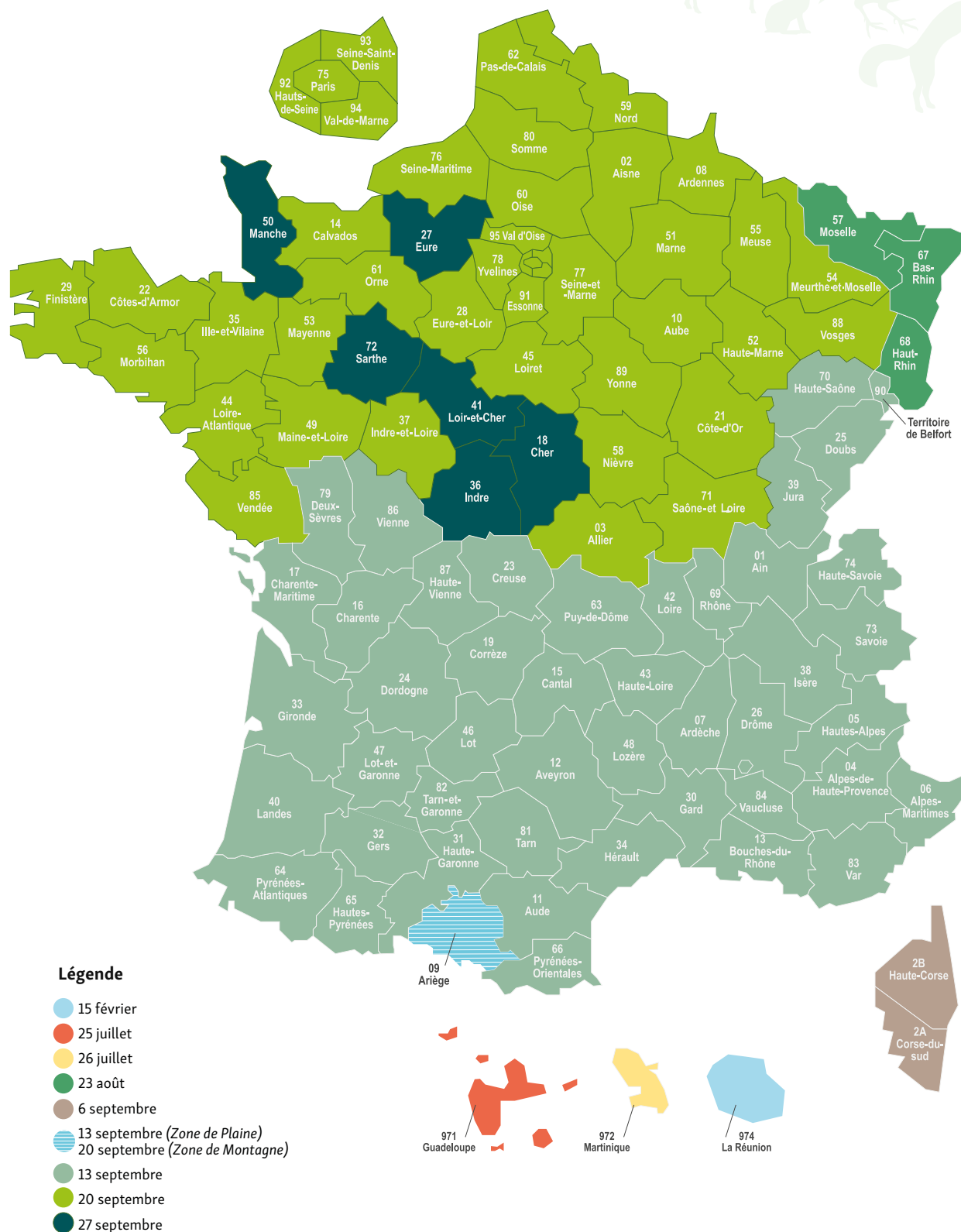
Et surtout, le réchauffement climatique ne donne à personne le droit d'appeler à la confrontation physique avec ceux qui ne partagent pas ses convictions.

Face aux incendies et aux canicules, aux images choc, au brouhaha médiatique et à leur instrumentalisation politique, une chose est, plus que jamais, nécessaire : gardons tous la tête froide. »

Willy Schraen
Président de la Fédération
nationale des chasseurs

Les dates d'ouverture générale de la chasse

SAISON 2026 - 2027



Quelles règles pour pouvoir chasser ?

#1 16 Ans

Pour chasser en France, il faut réussir son permis. Celui-ci peut être passé à l'âge de 15 ans révolus au jour des épreuves. Mais, le candidat ne peut détenir un permis et le droit de pratiquer la chasse seul, qu'à l'âge de 16 ans*.



#2 Inscription

Pour passer son permis, il faut suivre une formation auprès de la Fédération départementale des chasseurs (FDC). L'examen, est, lui, organisé par l'OFB (Office français de la biodiversité).

(Coordonnées des FDC sur : www.chasseurdefrance.com).

#3 Formation

Une formation obligatoire d'un ou deux jours doit être suivie par le candidat dans sa fédération avant de passer l'examen officiel. Le site de la FNC, grâce à un service en ligne mis gratuitement à disposition permet de s'entraîner : **plus aucune raison de le rater !**



Pour réviser et s'entraîner aux questions avec Chassexam



70 %

c'est le taux moyen de réussite au permis de chasser

Rappelons également que le taux moyen de réussite au permis de chasser est de **70 %**. Cet examen est loin d'être une simple formalité.

*La chasse accompagnée permet de chasser, avec une arme pour deux, dès l'âge de 15 ans et gratuitement pendant un an. L'autorisation de chasser accompagné est délivrée après une formation pratique élémentaire aux côtés d'un parrain détenteur du permis de chasser depuis plus de 5 ans et ayant suivi une formation spécifique. Elle est accessible aux jeunes mais aussi à toute personne désireuse de découvrir la chasse avant de passer son examen du permis de chasser.

Une fois l'examen en poche, comment faire pour chasser ?

Une fois l'examen réussi (cela nécessite l'obtention d'au moins 25 points sur 31 et le fait de n'avoir échoué à aucune question de sécurité éliminatoire), il est nécessaire de valider son permis auprès de la Fédération départementale des chasseurs de son choix.

#1

Il convient de demander à la Fédération départementale des chasseurs les coordonnées des présidents des sociétés de chasse ou des ACCA du département, ou de s'adresser au propriétaire du terrain de chasse où l'on souhaite pratiquer sa passion.

#2

Une fois le permis validé, l'assurance responsabilité civile obligatoire souscrite, et le droit de chasser obtenu auprès du propriétaire ou de la société de chasse, il est possible de pratiquer.



Contact presse

Sophie Baudin

☎ 06 48 90 72 83

✉ presse.communication@chasseurdefrance.com

Conseiller politique

Thierry Coste

☎ 06 80 87 77 05

✉ thierry.coste@accesyst.com



Fédération Nationale **des Chasseurs**

Association agréée au titre de la protection de l'environnement

13, rue du Général Leclerc
92136 Issy-les-Moulineaux Cedex
Tél. 01 41 09 65 10
www.chasseurdefrance.com

Suivez-nous sur :

