

ANNÉE 2004

**LES MÉTIERS LIÉS À
LA PRODUCTION ET À L'ESTHÉTIQUE CANINES**

THÈSE

pour le

DOCTORAT VÉTÉRINAIRE

Présentée et soutenue publiquement devant
LA FACULTÉ DE MÉDECINE DE CRÉTEIL

le

.....

par

Jean-Philippe TURLOT

Né le 24 avril 1962 à Vincennes (Val-de-Marne)

JURY

Président : M.

Professeur à la Faculté de Médecine de Créteil

Membres

Directeur : M. Jean-François COURREAU.

Professeur à l'E.N.V.A.

Assesseur : M. Dominique GRANDJEAN.

Professeur à l'E.N.V.A.

LES MÉTIERS LIÉS

À LA PRODUCTION ET À L'ESTHÉTIQUE CANINES

NOM : TURLOT

Prénom : Jean-Philippe

RÉSUMÉ :

Parmi les nombreux métiers liés au chien, deux types d'activité canine sont à la base de la cynophilie. Ce sont les métiers liés à la production et à l'amélioration de l'espèce canine et les métiers liés à l'esthétique du chien. Le premier groupe comprend l'éleveur canin, l'ouvrier de chenil et le tatoueur. Le deuxième regroupe la toiletteuse, le styliste canin et le handler.

Cette thèse décrit chacun de ces métiers à travers leur historique, la nécessité de leur création, la description et les limites de ces activités, les qualités nécessaires pour exercer ces métiers, leur organisation de travail, les formations utiles et leurs perspectives.

Mots-clés : Chien – Métiers – Chenil – Eleveur - Tatoueur - Toiletteur – Handler.

JURY :

Président : Pr.

Directeur : Pr. Jean-François COURREAU

Assesseur : Pr. Dominique GRANDJEAN

Adresse de l'auteur :

M. Jean-Philippe TURLOT

81, rue de Clignancourt

75018 PARIS

CANINE JOBS IN THE DOMAIN OF PRODUCTION AND AESTHETICS

SURNAME : TURLLOT

Given name : Jean-Philippe

SUMMARY :

There are many different sectors in the canine field of work. The corner stones of cynophilia are the sector of production and amelioration of the canine breed and the sector of canine aesthetics. The professions of the production and amelioration of the canine breed are most notably dog breeder, kennel worker and tattooer. The jobs in the domain of canine aesthetics are the groomer, the canine stylist and the handler.

For each of these jobs, we study history of its activities, its importance, the organization of its work, its downfalls, its qualities, the formalities necessary for these jobs and the opportunities that exist.

Key words : Dog – Job – Kennel – Dog breeder – Tattooer – Groomer - Handler.

JURY :

Président : Pr.

Director : Pr. Jean-François COURREAU

Assessor : Pr. Dominique GRANDJEAN

Author's address :

M. Jean-Philippe TURLLOT

81, rue de Clignancourt

75018 PARIS

A M. le Président du jury, Professeur à la faculté de Médecine de Créteil,
Que nous remercions de nous avoir fait l'honneur d'accepter la présidence de ce jury de thèse.

A M. le Professeur COURREAU,

Qu'il trouve ici l'assurance de nos sincères remerciements pour la confiance accordée dans la réalisation de ce travail.

Avec notre respectueuse reconnaissance pour son enseignement.

A M. le Professeur GRANDJEAN,

Que nous remercions d'avoir accepté de faire partie de notre jury de thèse

Avec notre respectueuse reconnaissance pour son enseignement.

A mon Père, que ce travail le récompense de tous ses sacrifices ; à ma Mère, qui n'a pu participer à la réalisation de mon rêve.

A Maxime et Sophie, pour qu'ils sachent que rien n'est créé sans efforts.

A Marguerite, pour son aide précieuse.

A mes deux grands-mères, Louise et Solange, à Arlette, à Christian, Julie et Clément, à Nicole, à Fiafia, à Monique, Marion et Florie, à Hubert, à Christophe et Galaad, à Zahra, à Sylvie et à Mélodie pour l'amour et l'amitié fidèle qu'ils m'apportent.

Table des matières

Introduction

Partie 1 – Métiers liés à la production et à l'amélioration de l'espèce canine

I. L'éleveur de chiens.....	5
A. Qu'est-ce qu'un éleveur canin ?.....	5
1. Image véhiculée par l'éleveur canin.....	5
2. Définition de l'éleveur canin.....	5
3. Particularités de l'éleveur canin par rapport aux autres éleveurs.....	8
4. Éleveur canin : activité professionnelle ou amateur ?.....	11
5. Éleveur de chiens de race : un métier marginal ?.....	12
B. L'activité de l'éleveur canin.....	13
1. Évolution historique de cette activité.....	13
2. Présentation de l'activité.....	15
3. Constitution d'un élevage.....	20
4. Valorisation de l'activité d'éleveur canin.....	20
C. Qualités nécessaires à l'exercice d'une telle activité.....	34
1. Qualités morales.....	34
2. Qualités commerciales.....	35
3. Qualités physiques.....	36
4. Qualités nouvelles permettant de réussir dans le contexte actuel.....	36
D. Limites à l'activité.....	37
1. Limites liées à l'activité en elle-même.....	37
2. Limites liées à l'organisation de la cynophilie.....	38
3. Limites législatives.....	38
4. Limites liées à une forte concurrence illégale.....	39
5. Limites liées à une surpopulation canine.....	40
E. Organisation du travail de l'éleveur canin.....	40
1. Cadre de travail de l'éleveur canin.....	40
2. L'exploitation : lieu de travail de l'éleveur.....	42
3. Matériel utilisé par l'éleveur dans le cadre de son activité.....	44
4. Main d'œuvre et personnel.....	45
5. La clientèle.....	46
6. Races élevées.....	46
7. Emploi du temps et horaires de travail.....	52
8. Revenus.....	54
9. Législation concernant l'activité de l'éleveur canin.....	55
10. Partenaires et concurrents.....	76

F. Formation	83
1. Quatrième et Troisième préparatoires aux métiers du chien et de l'animalerie.....	84
2. Formations initiales	86
3. Brevet de Technicien Agricole (BTA) - Option "Production" - Qualification professionnelle "Conduite de l'élevage canin"	92
4. Brevet de Technicien Supérieur Agricole ou BTSA	98
5. Brevet Professionnel Agricole (BPA) d'élevage canin.....	98
6. Formation à l'examen du certificat de capacité	99
7. Enseignement à distance	100
G. Perspectives de la profession d'éleveur	101
1. Les nouveaux enjeux de la profession.....	102
2. De nouvelles relations partenariales.....	105
3. Vers un nouveau mode d'élevage	105
II. L'ouvrier de chenil	111
A. L'activité	111
B. Qualités.....	111
C. Organisation de l'activité	111
1. Lieu de travail	111
2. Salaire et retraite	112
3. Matériel	112
4. Législation.....	112
D. Recrutement - formation	112
E. Perspectives d'avenir	112
III. Tatoueur.....	113
A. Nécessité et objectif de cette activité	113
B. L'activité	114
C. Organisation de l'activité	115
1. Effectifs	115
2. Lieu d'activité	115
3. Matériel utilisé.....	115
4. Salaire.....	115
5. Partenaires du tatoueur	115
D. Comment devenir tatoueur.	116
1. Personnes habilitées.	116
2. Procédure de la demande d'habilitation	116
3. L'examen d'habilitation	116
4. Délivrance de l'habilitation à l'activité de tatoueur	118
E. Perspectives de l'activité de tatoueur	118
Conclusion sur la première partie.....	120

Partie 2 – Métiers liés à l'esthétique du chien

I. Toiletteuse	123
A. Image de marque	123
B. Nécessité.....	123
C. Historique de la profession.....	124
D. L'activité	124
1. La préparation du chien.....	125
2. La finition : coupe, tonte ou épilation	126
E. Limites.....	128
1. Limite liée à l'image de marque.....	128
2. Limite liée aux souhaits des propriétaires	128
3. Limite liée au mauvais entretien du pelage.....	131
4. Limites liées au chien.....	131
5. Limites liées à la conjoncture.....	131
F. Valorisation de l'activité	132
1. Meilleure qualité du travail effectué	132
2. Meilleure prise en compte des propriétaires	132
3. Activité complémentaire	132
4. Compétition de toilettage	132
G. Qualités.....	134
1. Qualités cynophiles	136
2. Qualités manuelles et artistiques.....	136
3. Qualités physiques.....	136
4. Qualités commerciales	137
H. Organisation de la profession.....	137
1. Sexe	137
2. Lieu de travail.....	137
3. Installation.....	138
4. Matériel	140
5. Race.....	141
6. Emploi du temps	141
7. Salaire.....	142
8. Législation.....	143
I. Formation	145
1. Nécessité d'une formation.....	145
2. Brevet de compagnon toiletteur d'animaux domestiques option canine.....	146
3. Apprentissage au sein d'un salon de toilettage	148
4. Stages de formation au toilettage	148
5. Enseignement à distance	149
6. Autres formations	149

7. Formation permanente.....	150
J. Débouchés et perspectives.....	152
1. Débouchés	152
2. Perspectives de qualité	152
3. Perspectives du marché	153
K. Cas particulier du toilettage self-service	154
II. Styliste canin	156
A. Nécessité et apparition de cette activité	156
B. L'activité	156
C. Valorisation de l'activité	156
D. Qualités.....	157
E. Clientèle	157
F. Evolution	157
III. Handler	158
A. Définition	158
B. Historique	158
C. Nécessité.....	158
D. Activité	159
E. Limites.....	162
F. Qualités.....	162
G. Organisation de l'activité	164
1. Emploi du temps	164
2. Lieu de travail.....	164
3. Salaire.....	164
4. Les chiens.....	165
H. Formation	165
I. Perspectives et prospectives	166
Conclusion sur la deuxième partie	168
Conclusion générale	169
Bibliographie	173
Annexe 1: Méthodologie de l'enquête Facco/Sofres.	175
Annexe 2 : Législation et textes de lois.....	177
Annexe 3 : Moments clés du clonage.....	181
Annexe 4 : Adresses canines	183

Liste des tableaux et des figures

Tableau 1 – Les différents groupes de races canines	7
Tableau 2 - Motivation des maîtres d’avoir un chien à ses côtés.....	7
Tableau 3 - Âges d'admission en confirmation des différentes races canines	25
Tableau 4 - Les lieux de vie des chiens en France	43
Tableau 5 - Principales prescriptions réglementaires concernant un box d’élevage.....	43
Tableau 6 – Evolution du nombre de chiots déclarés au LOF en fonction du type de race de l’année 2001 à l’année 2003	47
Tableau 7 – Les trois races de chiens ayant eu le plus de naissances, dans chaque groupe canin, pour l’année 2002	49
Tableau 8 - Le classement des dix races de chiens les plus répandues.....	51
Tableau 9 - Classement des demandes de chiots enregistrées par la SCCen 2001	51
Tableau 10 - Races pour lesquelles les demandes sont supérieures aux naissances.....	53
Tableau 11 - Prix moyens de quelques chiots de race âgés de deux mois	53
Tableau 12 - Les différents régimes fiscaux possibles en fonction de la tranche	71
Tableau 13 – Réglementation concernant les différents régimes fiscaux	71
Tableau 14 - Horaires des enseignements modulaires pour le BEPA élevage canin.....	91
Tableau 15 – Répartition des horaires d’enseignements en BTA	97
Tableau 16 - Qualifications professionnelles des toiletteuses.....	129
Tableau 17 - Quelques indications sur le temps passé pour certaines toilettes.....	139
Tableau 18 - Bilan prévisionnel d’une installation en toilettage.....	139
Tableau 19 - Tarifs de quelques prestations en toilettage	167
Tableau 20 - Les dix races ayant le plus grand nombre d’inscrits au Championnat de France des chiens de race	167
Figure 1 - Coursus des formations canines	85
Figure 2 - Récapitulatif des qualités du toiletteur	135

Introduction

Le chien est l'animal préféré des Français qui en apprécient la fidélité et l'intelligence. Ces qualités en font le compagnon idéal pour toute la famille. Ainsi, d'après une étude réalisée en l'an 2002, par la Facco (Chambre syndicale des fabricants d'aliments préparés pour animaux familiers) et la Sofres, près de 8,78 millions de chiens vivent en France (5). Ce chiffre impressionnant génère une vaste palette de véritables métiers permettant de répondre aux différents besoins des chiens et de leurs maîtres.

Si les chiens offrent la possibilité, aux personnes souhaitant travailler à leur contact, d'exercer dans pratiquement tous les secteurs d'activité (science, commerce, soin...), l'un d'eux est essentiel : c'est le secteur de la production et de l'amélioration de l'espèce canine. Un autre secteur d'activité canine peut être considéré comme son corollaire : c'est le secteur de l'esthétique canine.

Cette thèse a pour but d'étudier le panel des professions canines liées à ces deux secteurs, celui de la production et de l'amélioration, et celui de l'esthétisme, pour éventuellement aider ceux qui veulent allier leur passion du chien à une profession et à choisir celle qui correspond le mieux à leur caractère, à leur personnalité, à leurs attentes... pour ainsi rendre accessible certains rêves. En effet, quel enfant n'a-t-il pas rêvé de travailler auprès d'animaux ? Or il existe un cruel déficit d'information sur l'éventail des métiers possibles et les aspirations de la plupart des jeunes. Ce manque de renseignements n'est pas véritablement propice au développement d'une vision pratique et économique des professions cynophiles.

Les métiers que nous décrirons dans ce travail seront présentés sous forme d'une étude descriptive avec l'historique de chacun, la nécessité de chaque profession, les contours de l'activité proprement dite ainsi que le savoir-faire des professionnels. Une analyse dessinant les exigences du métier permettra de déterminer les qualités assurant la réussite dans cette activité, ainsi que les clefs de son organisation. L'avenir d'une profession étant lié à la qualité de la formation, nous étudierons aussi cette dernière ainsi que l'ouverture des écoles de formation sur le monde des insertions professionnelles. Outre les débouchés professionnels offerts aux étudiants qui sortent de ces formations, nous analyserons les perspectives correspondantes en nous intéressant au marché de l'offre et de la demande concernant l'ensemble de ces professions. Nous noterons si cette offre est en adéquation avec les besoins actuels et ceux des années à venir ou si, au contraire, il faut préconiser des ajustements. De plus, afin de dessiner au mieux les contours de chaque avenir professionnel, nous nous interrogerons sur les moyens à mettre en œuvre pour retrouver un optimum d'équilibre par rapport au marché de l'emploi ainsi que sur les missions futures de ces métiers et sur la manière d'y préparer au mieux les futurs professionnels. Nous soumettrons diverses propositions permettant de répondre sous différentes formes aux besoins pressentis. Nous terminerons notre tour d'horizon en indiquant des adresses non exhaustives dans chaque chapitre et en fin d'ouvrage afin d'aider les personnes intéressées dans leur recherche.

Décrivons, dans un premier temps les différents métiers canins liés à la production, et à l'amélioration de l'espèce canine.

Partie 1

Métiers liés à la production et à l'amélioration de l'espèce canine

En ouvrant ce chapitre consacré à la production et à l'amélioration de l'espèce canine, nous constatons que l'engouement pour le chien est tel qu'un ménage français sur trois a succombé au charme de ce petit compagnon à poils (23) et qu'une grande partie de ceux qui n'en possèdent pas sont disposés à en acquérir un au cours de leur vie. Ce potentiel, quel que soit le niveau et le lieu de vie des intéressés, a entraîné le développement d'un marché de production canine, puisqu'il a fallu satisfaire la demande en approvisionnant les éventuels acquéreurs.

Ainsi, autour de la production canine, différents métiers se sont constitués, générant chaque année un chiffre d'affaires d'environ 160 millions d'euros. Nous y distinguons l'éleveur canin, clef de voûte du secteur de la production et de l'amélioration de l'espèce canine, l'ouvrier de chenil, qui permet de le seconder, et le tatoueur qui apporte la légitimité législative à cette production.

Parmi ces différents métiers, l'éleveur canin est incontestablement le plus populaire. Etudions cette activité. Décrivons, dans un premier temps les différents métiers canins liés à la production, et à l'amélioration de l'espèce canine.

I. L'éleveur de chiens

Avant de décrire l'activité de ce métier, nous essaierons de le définir et d'en ressortir ses particularités, notamment par rapport à l'élevage d'autres espèces animales. En effet, l'espèce canine présentant des originalités historiques, sociales et affectives différentes des autres espèces domestiques, il nous semble indéniable que ces particularismes se répercutent sur la conduite d'un tel métier.

A. Qu'est-ce qu'un éleveur canin ?

Bien souvent, l'image perçue d'une profession par le public est très différente de la réalité. Commençons par répertorier l'image véhiculée par ce métier canin.

1. Image véhiculée par l'éleveur canin

L'image d'Épinal associée à l'éleveur canin est celle d'une personne habitant une grande propriété pleine de quiétude et de tranquillité avec de nombreux chiens gambadant joyeusement, en toute liberté, dans le jardin. Ainsi, être éleveur de chien semble facile dans l'esprit des gens.

Malheureusement, nous verrons, dans la suite de cet exposé, que cette image du métier est plus proche du rêve que de la réalité imposée par la vie économique moderne. Mais, tout d'abord, tentons de définir et de situer cette profession.

2. Définition de l'éleveur canin

L'activité d'éleveur de chiens peut être envisagée selon deux optiques : l'une générale, l'autre restrictive.

a. Définition au sens large de l'éleveur canin

L'éleveur ou l'éleveuse de chiens est un exploitant agricole qui élève des chiens en vue de leur vente. Étudions ces différents termes.

Le chien se prête relativement bien à une production animale, car il se reproduit rapidement :

- une chienne peut procréer à l'âge de 10 mois environ,
- la gestation d'une chienne est courte (entre 58 à 63 jours, c'est-à-dire 2 mois),
- les portées sont importantes (6 chiots en moyenne) (54)

Cette prolificité du chien a amené un certain nombre de personnes, souvent issues du milieu rural, à s'intéresser à sa production.

Or, il n'est pas courant de considérer ce producteur de chiens comme un exploitant agricole, c'est-à-dire un agriculteur qui cultive des terres ou élève des animaux. Cependant, l'éleveur canin possède bien ce statut d'agriculteur, notifié par l'article L.311-1 du Code Rural, de décembre 1988, où il est convenu que le fait de tirer des revenus de tout ou partie d'un cycle biologique est considéré comme une activité agricole. Étant donné que l'éleveur fait naître et croître des chiots, il participe bien évidemment au cycle biologique de croissance des chiens. De plus, comme la

vente des chiens lui procure un revenu, il possède toutes les conditions requises d'exercice d'une activité agricole. Cette qualité d'exploitant agricole que possède l'éleveur canin est précisée de nouveau dans la loi 93-934 du 22 juillet 1993 qui considère qu'élever et vendre des chiots, même dans un appartement du centre d'une grande ville, relève bien d'une activité agricole.

Notons que si certaines définitions précisent qu'un éleveur fait croître des animaux dont les capacités sont utilisées par les hommes, les chiens de compagnie tels le Yorkshire terrier ou le Chihuahua obéissent, quand même, à cette définition puisque nous pouvons considérer que, dans ce cas, l'être humain utilise pour son bénéfice cette capacité canine de compagnie.

Afin de maintenir d'une génération à l'autre des traits morphologiques ou des capacités utilitaires d'un type de chien, ce professionnel sélectionne les chiens avec lesquels il va travailler. Ce travail de sélection, et donc cette notion de race, nous amènent à affiner la définition de l'éleveur canin.

b. Définition restrictive et communément admise

b.1 Notion de race

Afin de mieux appréhender cette notion de race pure, étudions les différences qui existent entre un chien de race et un bâtard.

Un chien de race est issu de parents de race identique. Pour que le chiot puisse « légalement » être considéré de race pure, les origines des deux parents doivent être attestées par des papiers officiels. Un bâtard est le fruit du croisement de chiens de races différentes. L'un (ou les deux parents) pouvant être lui-même bâtard (59) !

Les différences sont ensuite morphologiques. On peut retrouver chez un bâtard un air de chien de race, rappelant celle de l'un des parents. La nature peut aussi réserver des surprises, associant une tête de Berger allemand avec un corps de Labrador retriever.

Par ailleurs, un chien de race est sélectionné pour ses aptitudes naturelles soit à la chasse, soit au gardiennage des troupeaux...Ayant une telle disposition naturelle, nous concevons aisément qu'il soit plus facile de chasser la bécasse avec un Braque allemand qu'avec un bâtard. Notons que ces races de chiens sont classées en priorité selon des critères d'aptitude. La Fédération cynologique internationale (FCI) en distingue dix groupes (54).

Ces races forment ainsi des groupes homogènes, excepté pour les chiens de compagnie et d'agrément, où le critère de classement basé sur le caractère (calme, sociable, affectueux...) explique une plus grande disparité morphologique. Le tableau 1 récapitule ces dix groupes de races canines.

Ainsi, produire des chiens n'est-il pas suffisant, encore faut-il les sélectionner.

b.2 Définition usuelle de l'éleveur canin

La prolifération des races de chiens et l'affinement constant des standards de race au cours des cent dernières années ont entraîné une grande modification de l'aspect physique des chiens domestiques. L'intervention de l'homme a toujours été indispensable au développement de l'espèce, et les aptitudes et la santé des chiens sélectionnés pour des tâches spécifiques ont rarement été compromises.

Tableau 1 - Les différents groupes de races canines.

Groupe 1	Les chiens de berger et de bouvier
Groupe 2	Les chiens de garde, de défense et d'utilité.
Groupe 3	Les terriers.
Groupe 4	Les teckels.
Groupe 5	Les nordiques et Spitz.
Groupe 6	Les chiens courants.
Groupe 7	Les chiens d'arrêt.
Groupe 8	Les chiens leveurs de gibier, les chiens rapporteurs et les chiens d'eau.
Groupe 9	Les chiens d'agrément et de compagnie.
Groupe 10	Les lévriers.

Tableau 2 - Motivation des maîtres d'avoir un chien à ses côtés -
Source Facco/Sofres 2002 (5)

Motivation des maîtres	Pourcentage de réponses
Pour l'amour des animaux	67 %
Pour tenir compagnie	59 %
Pour les enfants	29 %
Pour la garde	22 %
Pour chasser	21 %
Pour l'esthétique	1 %

Néanmoins, lorsque l'éleveur sélectionne des chiens pour leur aspect physique, il retient parfois des caractères qui sont un obstacle à l'activité naturelle du chien. Le Bulldog, par exemple, s'est modifié à un point tel que sa large tête, ses membres écartés, son palais sans voûte et ses babines pendantes peuvent menacer sa santé et sa longévité. Même chez les races robustes au travail, la consanguinité a engendré un patrimoine commun de maladies génétiques (11).

Dès lors, une question d'éthique se pose à toute activité de sélection. C'est pourquoi l'éleveur sérieux évite d'accoupler des chiens porteurs de tares héréditaires ou de caractéristiques qui pourraient être un obstacle à leur bien-être (11).

En conclusion, l'éleveur canin est un exploitant agricole qui a pour tâche de sélectionner les races canines et de veiller au bon développement des chiots obtenus, tout en contrôlant leur hygiène, leur nourriture et leurs soins.

Cependant, si l'éleveur canin possède la même signification que l'éleveur traditionnel des animaux de ferme, nous serions imprudents de tenter un rapprochement entre ces deux métiers. En effet, le type d'élevage dans lequel exerce le cynophile possède des particularités propres que ne peut ignorer l'éleveur canin.

3. Particularités de l'éleveur canin par rapport aux autres éleveurs

L'éleveur canin fait partie des éleveurs dits spécialisés, au même titre que l'éleveur félin ou équin. La finalité de ces élevages spécialisés réside dans l'absence de consommation de l'animal, élevé à la différence des élevages bovins, ovins, caprins et porcins dits classiques, et des élevages de petits animaux dits spécifiques.

Ainsi, liée à la caractéristique de son type d'élevage, l'activité de l'éleveur canin a une connotation différente de celle bien connue de ses autres confrères agricoles.

a. L'éleveur canin est confronté aux particularités de l'animal produit

Le chien, comme un certain nombre d'autres espèces, est un animal domestique. L'animal domestique doit sa définition au fait que les races de son espèce sont nées du travail opéré sur elles par la main de l'homme. Tous les autres animaux de compagnie sont des espèces sauvages ; soit elles ont été prélevées dans la nature, soit elles sont nées et élevées sous le regard bienveillant de l'homme (23).

Or, parmi les différentes espèces domestiques, le chien, comme le chat, est un animal à part, puisque les occidentaux ont une considération affective très forte vis-à-vis de ces deux espèces. Les sociologues pensent que cette affection pour le chien est liée à sa présence très ancienne auprès de l'homme. Le chien est, d'ailleurs, la première espèce à avoir été domestiquée vers 12 000 ans avant notre ère ; des auteurs avancent même des dates plus anciennes. De nos jours, le chien est intégré dans le milieu familial et urbain, contrairement aux animaux de rente incapables de s'intégrer en milieu urbain.

Ainsi, si le chien est susceptible d'être élevé sur le même schéma que les animaux de rente, nous nous questionnons sur l'intérêt de produire des chiens de cette manière. En effet, le professionnalisme requis pour tout éleveur, tant au point de vue des problèmes techniques qu'à une gestion rigoureuse, ne risque-t-il pas, alors, de modifier l'image des chiots, qui veut que le chien soit considéré comme le meilleur

ami de l'homme. D'ailleurs, le chiot n'est en aucun cas considéré par le public comme un produit.

L'enquête de la Facco/Sofres en 2002 confirmait ce point de vue en montrant, que la majorité des Français recherche dans le chien plus son côté affectif que son aspect utilitaire. Pour 67 % d'entre nous, le chien est un ami et un « copain » avant d'être un gardien-protecteur (22 %) ou un chasseur (21 %). Seul 1 % des maîtres avoue que c'est par esthétisme. Notons que le total est supérieur à 100 en raison des choix multiples possibles (5). Est-il, alors, concevable de produire un tel être vivant doté d'affection en série ou à la chaîne ?

De plus, avoir un chien auprès de soi est ressenti comme un besoin fondamental familial. En effet, cette étude, formulée dans le tableau 2, révèle que l'acquisition d'un chien est motivée, en premier à 67 %, pour l'amour qu'on lui porte suivi par le désir d'avoir une compagnie pour 59 % des Français. Enfin, 29 % des personnes achètent un chien pour faire plaisir à leurs enfants. Les enfants représentent un facteur déterminant de possession puisque le foyer représentatif se compose de trois personnes ou plus, avec enfants (5). Dès lors, la sensibilité du client, qui voue à son chien un amour immodéré, parfois avant même de l'avoir acheté, risque d'être choqué par une production de masse.

Nous concevons, ainsi, que vendre un chiot de race n'est pas un acte de commerce banal. D'ailleurs, le mot « commerce », est, lui-même, mal perçu, car ce terme s'accorde mal avec les valeurs affectives véhiculées par l'objet même de la transaction, c'est-à-dire le chiot. Au Moyen-Age, le chien était même un cadeau très apprécié (54). De plus, s'agissant d'un « être vivant », les notions de qualité et de garantie, sans parler du service après-vente, ne peuvent être envisagées froidement et objectivement ! Pourtant, le contrat qui lie l'éleveur à son client est bel et bien un acte de commerce, et à ce titre, obéit aux règles régissant toute transaction commerciale. Nous développerons cet aspect législatif sur la vente des chiens dans le paragraphe consacré à la législation concernant l'activité de l'éleveur canin.

En définitive, l'éleveur canin est pris par cette double exigence : produire en maintenant une éthique affective. Nous constatons, dès lors, que cette considération correspond bien à l'image d'Epinal liée à l'éleveur canin. Celle-ci a vraisemblablement contribué, malgré l'importance actuelle des études scientifiques portant sur l'élevage des chiens, à maintenir l'éleveur canin dans un certain amateurisme comparé à l'éleveur des « animaux de ferme ».

Cependant, la confrontation de l'éleveur avec les particularités du marché et de la filière canine entraîne une toute autre réalité.

b. L'éleveur canin est confronté aux particularités du marché canin

À la différence des éleveurs traditionnels, l'éleveur canin vend directement à l'acquéreur les chiens qu'il produit. Néanmoins, l'absence d'intermédiaire dans la vente de sa production permet au cynophile d'avoir une marge plus importante que ses autres confrères, et d'obtenir des prix plus élevés pour ses produits s'il possède un bon sens commercial lors de cette vente de gré à gré. Il n'a pas, ainsi, l'obligation des autres agriculteurs d'élever le plus grand nombre de produits au moindre coût afin d'en dégager une marge suffisante pour vivre.

Cependant, vendant un être vivant doté d'une forte sensibilité, l'éleveur canin a le devoir d'éveiller l'attention du nouveau propriétaire, tout excité par l'acquisition

d'un nouveau compagnon, sur les contraintes et les joies liées à la possession d'un chien, ainsi que sur tous les problèmes que le maître peut rencontrer avec un jeune chiot. Il ne doit pas hésiter à s'entretenir avec l'acheteur pour cerner le choix d'une race, le choix du sexe et envisager les coûts et les contraintes de chaque choix. Ce professionnel ne doit pas non plus négliger de souligner certaines particularités raciales au regard de diverses anomalies, ni d'exposer les grandes tendances comportementales des races envisagées ainsi que l'incidence du format une fois le chien devenu adulte. Il doit sensibiliser le futur propriétaire aux problèmes liés à l'entretien de la fourrure, aux besoins alimentaires spécifiques ou au sexe. Nous pensons qu'il est aussi du devoir de l'éleveur canin de prodiguer à l'acheteur des conseils concernant l'alimentation et l'éducation du chiot, tout en lui rappelant ses obligations pour que le chien s'intègre parfaitement à sa nouvelle vie sociale. Ces discussions préalables à l'achat permettent de prévenir les déboires et les désillusions, ainsi que les abandons...

Une des particularités de cette production réside aussi dans l'absence d'homogénéité des foyers possesseurs de chiens et dans une relative stabilité, depuis 1993, des profils socio-démographiques du chef de famille. Cette clientèle est constituée, d'après l'enquête Facco/Sofres 2002, principalement d'agriculteurs (71 % des propriétaires de chiens), puis de commerçants, d'artisans ou de chefs d'entreprise (60 % d'entre eux possèdent un chien) ou d'ouvriers (57 %). A l'inverse les cadres supérieurs/professions libérales (36 % des possesseurs de chiens) sont les moins nombreux à posséder un animal. Les chiens continuent, donc, d'être plus présents dans les foyers les plus modestes. Les sociologues expliquent cette donnée par une proximité plus importante avec la nature, alors que les foyers à revenus plus élevés acceptent moins les contraintes de la possession « responsable » (5).

En conclusion, trois types de clients apparaissent ; notons qu'un même client peut très bien proposer deux de ces profils (23-54).

- Le plus grand nombre recherche dans cet achat une compagnie et de l'affection. En effet, comme nous le montre le tableau 2, l'amour des animaux arrive en tête des motivations lors de l'acquisition d'un chien, suivi par le besoin d'avoir une compagnie alors que la recherche de son utilité (garde) arrive en troisième position.
- Le deuxième profil regroupe les amateurs cynophiles qui vont entre-autres fréquenter les concours pour chiens. Ceux-ci vont donc privilégier, lors de l'achat, la race, la qualité, voire la rareté du chien. Ce type de clients existe depuis le Moyen Âge ; à cette époque, rois et princes, bientôt imités par des seigneurs, cherchaient à acquérir de nouvelles races de chiens venant d'autres contrées
- Le dernier groupe rassemble les originaux. Ceux-ci, acquérant souvent un chien comme « faire-valoir », n'en prennent pas toujours soin, à la différence d'un « collectionneur ». C'est dans ce groupe de clients que les chiens sont les plus mal traités. Ces acquéreurs n'hésitent pas à sortir et à montrer le chiot nouvellement acquis au risque de lui faire attraper des maladies. Dans cette population résident aussi les propriétaires de chien de type Pit-bull qui, par leur animal, désirent impressionner le public.

Cependant, à l'intérieur de ce marché, l'éleveur canin doit travailler en respectant un certain nombre de critères édictés par la filière canine.

c. L'éleveur canin est confronté aux particularités de la filière canine (11)

La source du travail de cet éleveur est la sélection d'individus à l'intérieur d'une entité qui est une race de chiens. Ainsi, doit-il respecter un paramètre essentiel qui est le standard de cette race. Etudions ce concept.

Les principaux types de chiens sont restés très stables pendant des milliers d'années grâce à une sélection rigoureuse. La définition officielle des races canines date de 1867, quand *The Dogs of the British Islands* a donné pour la première fois une description des caractéristiques de 35 races et a introduit la notion de « standard. » Ce concept représente, alors, un idéal servant de référence pour évaluer chaque individu d'une race donnée.

Depuis cette époque, la reconnaissance d'un chien, à l'intérieur d'un standard de race, est devenue la caractéristique déterminante du travail de tout éleveur canin. Des sociétés canines sont, alors, créées avec pour objectif d'aider les éleveurs, dans la définition du standard d'un certain nombre de races. Enregistrant le standard de la race, ces sociétés la reconnaissent alors officiellement. La première société canine, le Kennel Club, voit le jour en Grande-Bretagne en 1873. En France, il faut attendre 1882, avec la création de la Société centrale pour l'amélioration des races canines (SCC). L'American Kennel Club (AKC) est fondé, plus tard, en 1883, suivie en 1911 par la Fédération cynologique internationale (FCI), représentant les pays européens.

Le nombre de races s'est, alors, rapidement accru mais, chaque société agissant de façon indépendante, la reconnaissance de certaines races n'est pas la même d'un pays à l'autre. En effet, si chaque race doit se conformer à une série de normes établies, ces normes ne font pas l'objet d'une définition unique. C'est pourquoi, aujourd'hui, l'AKC reconnaît 150 races réparties en sept catégories ou dans la classe divers, le Kennel Club 188 et la FCI 347, alors, que, mondialement, le nombre de races est évalué à 500 tout en augmentant chaque année. Ainsi, une même race peut-elle être légèrement différente d'un pays à l'autre suivant la définition locale du standard. Par exemple, en France et en Grande-Bretagne, le Berger belge est une race constituée de quatre variétés distinctes, le Malinois, le Tervueren, le Groenendael et le Laekenois. Aux Etats-Unis, le Laekenois n'est pas officiellement reconnu comme étant une race, alors que les trois autres variétés sont considérées comme races à part entière.

Face à un tel imbroglio, nous pouvons nous interroger sur le professionnalisme de cette activité.

4. Éleveur canin : activité professionnelle ou amateur ?

Les particularités de l'élevage canin, vues précédemment, nous amènent à nous questionner sur la possibilité de considérer l'éleveur canin comme un métier à part entière ? En effet, les considérations économiques, autour d'une activité ressentie essentiellement comme une passion, choquent de nombreux cynophiles.

De plus, la cynophilie française, représentée essentiellement par les clubs et les associations de race, les Sociétés Canines Régionales, et, au niveau national par la Société Centrale Canine, fonctionne depuis très longtemps selon un mode associatif à but non lucratif, en liaison avec la loi de 1901. Nous constatons, alors, qu'il est difficile pour ces bénévoles de voir arriver des professionnels canins, considérés comme « spéculateurs », au sein de leur hobby.

Mais, ces amateurs, qui au sens restrictif du terme sont des « personnes qui aiment », ont, néanmoins, un discours ambivalent. En effet, il est inconcevable, à l'heure actuelle, de se mettre à élever des chiens sans posséder de bonnes connaissances dans de multiples matières (génétique, psychologie canine, gestion, législation...) De même, le temps passé auprès des chiens (soins, alimentation, hygiène) empêche quiconque d'avoir une activité à temps plein en dehors de la cynophilie. Or, les personnes qui se destinent depuis plusieurs années à l'élevage canin, ne sont plus obligatoirement aussi fortunées que l'ancienne élite des éleveurs de jadis. De plus, l'ouverture prônée de la cynophilie par et pour le plus grand nombre, fait qu'un éleveur canin consciencieux doit s'investir en connaissances et en temps mais aussi financièrement : le matériel nécessaire à la bonne gestion de l'activité d'élevage évolue et n'est plus le même que celui utilisé aux « temps héroïques ». Son coût évolue tout autant.

Le peu d'informations micro-économiques tempère les ardeurs de certains futurs éleveurs. Nous pouvons le comprendre car la prudence, dans ce cas, est de rigueur, d'autant que la production de chiots de qualité est onéreuse, plus particulièrement, pour les races de grande taille.

Considérant qu'une telle activité ne peut se concevoir « dans le bricolage », il est difficile d'envisager un élevage canin complémentaire en dehors d'une activité professionnelle. Le niveau actuel de qualité dans la formation des éleveurs canins est tel que ce qui était possible autrefois, où l'on possédait moins de connaissances sur les chiens et sur son élevage, n'est plus possible à l'heure actuelle. Ainsi, l'éleveur canin ne peut-il être de nos jours qu'un professionnel.

Il tirera, dès lors, la majeure partie de son revenu de cette activité. L'arrivée de ce professionnalisme transforme ainsi totalement la structure traditionnelle de l'activité de l'élevage canin.

5. Éleveur de chiens de race : un métier marginal ?

Élever des chiens de race ne peut pas être considéré comme une activité marginale car elle a une forte importance économique. Or, bien que la participation du chien à l'économie ait été longtemps ignorée, celle-ci est de plus en plus importante. Le chiffre d'affaires à la production, c'est-à-dire des acquisitions des chiots et des adultes mis sur le marché, est estimé autour de 160 millions d'euros en 1989. À titre de comparaison, ce même chiffre d'affaires était de 5 milliards d'euros pour la filière viande bovine et de 8 milliards d'euros pour le lait.

En relation avec certains phénomènes socio-psychologiques propres à notre société actuelle, nos contemporains ont acquis, ces dernières années, de plus en plus de chiens de race, possédant si possible un pedigree alors que pendant longtemps la majorité de la population canine en France n'était pas de race. Ainsi, la population de chiens de race, avec 130 000 chiots inscrits chaque année au Livre des Origines français (LOF), s'est nettement accrue, depuis les années 80, malgré la stabilisation actuelle du nombre total de chiens (8,78 millions d'individus d'après l'enquête Facco/Sofres 2002, contre 8,1 millions en 2001). En 1979, le Ministère de l'Agriculture avait estimé jusqu'à une proportion d'un chien de race pure pour cinq chiens alors qu'actuellement, sur les 8,78 millions de chiens hexagonaux, quatre chiens sur cinq sont qualifiés de race par leurs propriétaires, ainsi que nous le révèle l'enquête Facco/Sofres 2002. Les bâtards (18,4 % de la population canine) sont, ainsi, en baisse depuis 1979 où ce taux s'élevait à 2/3 selon le Ministère de l'Agriculture et à 24,1 % en 1999 selon l'enquête Facco/Sofres 2002 (5). L'enquête INSEE « Trois aspects du mode de vie », révèle que

l'achat d'un chien va de pair avec la diffusion de races pures : sur les 30 % de chiens qui sont achetés, 93 % sont de race pure. Cette demande croissante de chiens de race a permis la création de nombreux emplois d'éleveur canin (23).

De plus, près de la moitié des Français, ne possédant pas un animal, est disposée à acquérir un jour un animal de compagnie (24 % le pensent, 25 % probablement, 15 % probablement pas, 31 % certainement pas et 5 % ne savent pas). Dans ce cas, l'image très positive du chien est confirmée puisque 74 % choisiraient un chien (23). De plus, les Français sont plus nombreux à posséder plusieurs animaux : la multipossession de chiens (deux au moins au foyer) a franchi le seuil des 20 %. Et 27,8 % des foyers français possèdent au moins un chien (52,1 % des familles possèdent au moins un animal et 44,6 % au moins un chien ou un chat) (5).

Ainsi, en considérant qu'il faille entre une dizaine d'années (durée moyenne de possession d'un chien) et une quinzaine d'années (durée de vie d'un chien) pour renouveler la population actuelle de chiens, estimons-nous à juste titre que le métier d'éleveur canin a de l'avenir. Et, comme le public est, de nos jours, plus porté sur l'acquisition d'un « chien avec pedigree », cette production de chiens de race n'est, donc, pas une activité résiduelle.

Cependant, en corrélation avec la forte demande du public pour acquérir des chiens, on assiste à l'émergence d'élevages de particuliers constituant une concurrence plus ou moins déloyale. Nous étudierons ce phénomène dans la suite de l'exposé.

En conclusion, l'élevage de chiens qui est d'abord, à l'origine, un plaisir voire une nécessité est, aussi, pour le professionnel, une source de revenus. Or, l'importance économique du chien, loin d'être négligeable dans nos pays industrialisés, nous fait percevoir une finalité commerciale, souvent insoupçonnée, de l'éleveur canin.

D'ailleurs, l'étude que nous allons effectuer sur l'activité de l'éleveur canin va nous révéler que ce métier est beaucoup plus qu'une simple source d'approvisionnement.

B. L'activité de l'éleveur canin

1. Évolution historique de cette activité

Bien que l'élevage des chiens de race inscrits au LOF ait plus de cent ans, et que l'éleveur canin ne soit considéré comme un métier à part entière que depuis peu de temps, cette activité de production et de sélection canine existe depuis des millénaires.

Au cours des âges, les éleveurs canins ont soit créé des races de chiens, soit fait prospérer d'autres races canines. Ainsi, contrairement à la croyance de nombreuses personnes, la diversité des races canines ne découle pas d'une origine multiple, par exemple entre loup et chacal. Seul le choix de l'homme de domestiquer un chien il y a 12 000 ans, c'est-à-dire plusieurs milliers d'années avant les autres animaux, associé à une prolificité des femelles supérieure à la plupart des autres espèces domestiques, explique que cette espèce soit devenue la plus diversifiée au monde (54).

Ainsi, dès la préhistoire, des ossements et surtout des figurations permettent de penser qu'il existe déjà une certaine variété au sein des chiens domestiques. Les spécialistes parlent de races primaires dont le nombre suscite des avis divergents. Le classement, qui semble le plus séduisant, propose quatre races primaires, dont descendraient les molosses et les dogues (tête massive et mâchoires courtes), les chiens de bergers, les

chiens de chasse et enfin les lévriers. Ce qui, dans la classification de P. MEGNIN, proposée à la fin du XIX^e siècle, correspond aux molossoïdes, lupoïdes, braccoïdes et graïoïdes. Mais déjà, on note l'apparition au Moyen-empire égyptien, soit 2 000 ans avant J.-C., de chiens de type basset. L'homme amorce, alors, l'apparition de races dérivées si bien qu'au début de l'ère chrétienne, il y a 2 000 ans, les principaux types de chiens sont déjà formés, y compris ceux destinés à tenir compagnie (54).

L'augmentation de ces races canines dérivées est due à une sélection de l'homme, aidée alternativement par l'isolement et les mélanges. L'isolement géographique (îles, régions montagneuses) permet à l'homme d'individualiser des particularités à des populations canines qui les distinguent des autres chiens ; les mouvements humains (migrations et conquêtes) concourent aux croisements. Un phénomène, la chasse, contribua également à cette diversité des races canines : l'utilisation d'armes et la codification de plus en plus sophistiquée de l'art cynégétique nécessita de sélectionner des chiens courants et des chiens d'Oysel, ancêtres des Braques, Spaniels et Epagneuls. A la Renaissance et surtout au XVII^e et XVIII^e siècles, les lévriers et les molosses cèdent peu à peu la place aux chiens courants, plus adaptés (54). A la fin du XIX^e siècle, la sélection et le développement des qualités de certains sujets canins prirent leur essor sous l'impulsion de sociétés de cynophiles dirigées par des chasseurs. Par exemple, la sélection de qualités au marais vis-à-vis du gibier d'eau permit la création d'une race distincte comme l'Épagneul Pont-Audemer. Par contre, à la suite des deux conflits mondiaux, certaines races ne possédant que quelques sujets faillirent disparaître. Certains éleveurs relancèrent ces races en les croisant avec des sujets d'autres races.

a. Considérations poussant à exercer cette activité

Après 1968, de nombreux jeunes ont tenté d'accomplir leur idéal de retour à la nature. Un petit nombre, passionné par les chiens et marqué par l'image d'Épinal du métier, ont cru que ce serait simple de devenir éleveur canin du jour au lendemain. Par cette activité, ils pensaient mener une vie heureuse loin de la société de consommation, loin de la ville et loin du travail routinier du bureau ou de l'atelier.

D'autres personnes ont mis le doigt dans l'engrenage de l'élevage canin en faisant saillir leur chienne. Obtenant des petites boules de poils avec un cœur au centre, ils se sont vite laissés prendre au jeu, d'autant que notre société actuelle, basée de plus en plus sur des considérations superficielles, est marquée par une absence de communication entre les êtres humains. Ainsi, voir grandir des chiots, communiquer et vivre avec des chiens sont devenus les composants de cette recherche de valeurs plus naturelles et plus sûres. Ces personnes ont, alors, transformé leur passion en profession.

Outre cette motivation passionnée, liée à l'amour du chien, certains sont devenus éleveurs canins à cause de considérations économiques. L'actualité, préconisant une diversification nécessaire, a incité certains agriculteurs à s'intéresser au chien. Une section canine s'est même créée au sein de la Fédération Nationale du Syndicat des Exploitants Agricoles (FNSEA).

D'ailleurs, en 1983, considérant l'élevage canin comme une production de bon rapport nécessitant de faibles investissements, on a préconisé de créer des emplois en élevage canin, surtout dans des zones rurales en voie de désertification. Cette activité d'élevage devait dynamiser les populations de ces zones peu présentes dans la vie économique du pays.

De même, face au licenciement ou au chômage, certains cherchent en élevant des chiens, d'abord en amateur puis éventuellement en professionnel, une bouée de sauvetage, voire une hypothétique reconversion.

b. Données actuelles sur les éleveurs canins

L'étude des éleveurs canins se limite aux seules données concernant les éleveurs déclarant au LOF.

En 1989, ils étaient 12 500. 61 % ne produisaient qu'une seule portée par an et 29 % de deux à cinq portées annuelles. Moins de 10 % avaient effectué six portées et plus. Environ 500 éleveurs seulement ont produit dix portées, et, 24 plus de 40. On y observe une réduction du nombre d'éleveurs ne déclarant qu'une seule portée par an (1 % par an). Par contre, les éleveurs déclarant 2 à 5 portées par an augmentent légèrement (1 % par an), alors que ceux déclarant plus de 10 portées par an ont fait plus que doubler entre 1982 et 1989.

Ces chiffres sont à moduler par le fait que de nombreux éleveurs ne font pas reproduire certaines chiennes tous les ans (18 000 éleveurs, ayant déclaré au moins une portée en 1987, n'en avaient déclaré aucune en 1986).

2. Présentation de l'activité

L'éleveur canin possède les mêmes types d'activité d'élevage que ses autres confrères agricoles, comme nourrir et soigner les animaux élevés afin de les vendre ou d'en vendre leurs produits, dans son cas des chiots. Mais, il possède, aussi, d'autres activités liées à la particularité de l'espèce animale élevée.

a. Activités de l'éleveur canin communes à tout éleveur (38)

a.1 L'éleveur observe, surveille et apprécie l'état d'un chien ou d'un groupe de chiens élevés

Il sait identifier tous les chiens élevés à partir de leur apparence extérieure.

Tous les jours, il observe et apprécie l'aspect, l'état physiologique et sanitaire de ses chiens. Il repère les aptitudes de chaque chien (d'autant plus s'ils appartiennent à une race de travail), en vue d'une éventuelle utilisation.

a.2 L'éleveur prend en compte le comportement d'un chien ou d'un groupe de chiens élevés

Il observe et apprécie le comportement de chaque chien seul ou en meute.

Il réalise, à partir de ces observations, différentes interventions liées à l'élevage (regroupement de chiens) et d'éducation. Suite à ces observations, il sait comment procéder pour approcher et contenir les chiens en fonction de leur caractère sans les perturber. L'expérience lui apportera de plus en plus d'assurance.

a.3 L'éleveur sait maîtriser les opérations ou les techniques liées à l'élevage canin

Il est apte à alimenter correctement les différents groupes de chiens (reproducteurs, jeunes, chien au travail...).

- Il apprécie la qualité de l'aliment choisi.

- Il connaît l'intérêt et la valeur alimentaire des différentes catégories d'aliment.
- Il estime ou calcule les quantités d'aliment à distribuer en fonction de l'âge, du poids et du type de chien.
- Il prépare l'aliment en respectant les règles d'hygiène puis le distribue.
- Il contrôle l'appétit des chiens, et, éventuellement, établit des courbes de poids.
Il maîtrise les différentes phases du cycle de reproduction et de production.
- Il sait repérer les chaleurs des chiennes et détermine le meilleur moment pour la saillie.
- Il contrôle la saillie, juge l'état physiologique d'une gestante, prépare la mise-bas et intervient à bon escient sur la parturiente.
Il donne les premiers soins à la mère et aux jeunes chiots, en veillant à ce que chacun ait bien sa ration de lait maternel. Pour les chiots nouveau-nés, l'éleveur est une seconde mère.
- Il détecte les chiots ayant des tares. Ces tares peuvent les rendre impropres à la vente ou à la confirmation.
- Il réalise le sevrage des chiots.
Il maîtrise l'hygiène et la santé de groupe ou individuelle
- Il nettoie, quotidiennement, à l'eau courante, change les litières et désinfecte les boxes avec des produits désinfectants (eau de Javel...).
- Il surveille ses chiens afin de repérer les comportements inhabituels. Cette surveillance permet, alors, de dépister d'éventuelles maladies.
- Il connaît les grands symptômes et saura les signaler au vétérinaire.
- Il réalise les interventions simples liées à la prévention et au maintien en bonne santé des animaux. Ces interventions sont la pesée, la prise de température...
- Il est capable de donner quelques soins à ses chiens. Il appelle le vétérinaire en cas de graves problèmes.
- Il applique les mesures à tenir en cas d'intervention d'urgence.
- Il sait donner les premiers soins d'urgence.
- Il assure les soins du pelage et du toilettage.
- Il sait administrer un traitement en respectant les consignes du vétérinaire.
- À chaque instant, il observe les conditions d'ambiance et d'environnement des différentes populations canines, dans un souci d'hygiène et de sécurité.
Il utilise les équipements et le matériel nécessaires à la conduite de l'élevage, à la conservation et la préparation des aliments ainsi qu'à l'entretien des locaux et des installations (nettoyage, désinfection).
En ayant quelques connaissances dans la maçonnerie, la plomberie, l'électricité, la menuiserie ou le travail du fer, il participe, comme le font la majorité des éleveurs, à l'aménagement de son exploitation. Mais, l'éleveur actuel est, aussi, un gestionnaire. Il décide des investissements à faire afin de construire de nouvelles installations, ou, pour renouveler voire acheter du matériel et des chiens. Il est apte, alors, à négocier avec des banquiers ou des financiers.

a.4 L'éleveur organise son travail dans le cadre de son activité

Il effectue les différentes tâches, qui lui sont imparties, dans les conditions de sécurité optimales.

Il prépare le matériel, les produits et les animaux en fonction de la tâche à effectuer.

Il organise ses différentes interventions dans l'espace et dans le temps avec un grand souci d'efficacité, d'économie d'efforts et de qualité.

Il maîtrise les gestes inhérents à sa profession.

Il respecte les règles de sécurité.

Il sait réagir à une situation imprévue et adapter sa conduite en fonction de la réaction d'un animal.

Il procède au nettoyage, au rangement et à la vérification des différents équipements, matériels et produits utilisés. Par exemple, comme tout éleveur, il vérifie au début de l'automne, le bon état de marche et la conformité de son installation en eau et en chauffage, notamment dans le local de maternité. Cette simple vérification permet à l'éleveur d'affronter la période difficile de l'hiver, en toute quiétude.

a.5 Il participe aux activités découlant de la vie professionnelle et sociale

Il sait présenter le fonctionnement de son exploitation (ses objectifs, sa fonction et l'organisation de l'élevage) à d'éventuels partenaires (fournisseurs ou clients).

Il s'implique dans l'organisation de la cynologie française et internationale.

Il connaît le droit et la législation du travail organisant son contexte professionnel. S'il emploie des salariés, il connaît les conventions collectives, les contrats de travail et les règlements intérieurs qui peuvent s'appliquer dans son exploitation. De plus, à l'heure actuelle, outre la réglementation française, il doit avoir un aperçu sur la législation européenne.

Il maîtrise les différents documents professionnels et sociaux liés à son activité : contrat d'assurance, fiche de paie, moyens de paiement ...

Il effectue les démarches inhérentes à son travail, à sa protection sociale et à sa vie familiale.

Et, bien évidemment, il connaît les procédures administratives permettant de créer un élevage.

b. Activités propres à l'éleveur canin

Le chien a été, grâce à son rôle d'auxiliaire du chasseur, la première espèce à avoir été domestiquée. D'autres fonctions anciennes (protection, gardiennage des biens et des troupeaux) ou plus récentes (aide dans divers types de handicaps, intervention dans différentes formes de sauvetage ...) mais, aussi le « simple » rôle de compagnon l'ont rendu utile voire indispensable depuis fort longtemps à l'homme. Il est donc nécessaire de produire différents sujets de cette espèce aptes à assurer ces fonctions. Seule une sélection rationnelle sur cette espèce est susceptible de fournir les meilleurs sujets et les plus aptes à effectuer la fonction voulue par l'homme. Voici le terreau de l'activité propre à l'éleveur canin.

L'intérêt et le but de cette activité cynophile sont donc de développer les races de chien et d'en constituer une population de qualité. Un tel travail passe par la sélection.

Cette sélection remonte à la domestication du chien, il y a 10 000 ans (certains auteurs avancent des dates plus anciennes). Elle s'est effectuée à partir des quatre races primaires ou fondamentales issues du loup, ancêtre du chien : ce sont les races Nordique, Tibétaine, Africaine, des Déserts et des Steppes. Les éleveurs ont obtenu les races actuelles par un long processus de différenciation et par de nombreux croisements de différents types morphologiques. Ainsi, cette action des éleveurs, réalisée très tôt au cours des âges, a donné lieu à de nombreuses morphologies dont la variabilité est la plus importante de toutes les espèces domestiques élevées. D'ailleurs, à l'intérieur d'une même race canine, les éleveurs, par leur travail de sélection et le hasard de la génétique, ont parfois créé des sous-groupes homogènes, appelés variétés. Ces variétés sont différenciées entre elles par des critères morphologiques comme le poids, la taille, la couleur de la robe ou la texture du poil. Le cas le plus extrême est la race du Caniche, dont les éleveurs ont réalisé plusieurs variétés différentes comprenant :

- cinq couleurs (blanc, noir, marron, gris, abricot),
- quatre tailles (miniature ou toy, nain, moyen, grand ou royal), et
- deux types de pelage (normal et cordé).

Cela représente quarante variétés créées.

Cependant, la plupart des éleveurs travaillent sur les variétés des races officielles. Or, chaque Club de race peut autoriser ou interdire le croisement entre des sujets de variétés différentes. Par exemple, l'éleveur sera autorisé par le Club de race du Bouledogue français à faire reproduire un Bouledogue dit caille (pelage blanc avec de grosses taches bringées) avec un sujet dont la robe est bringée. Par contre, il ne sera pas autorisé par le Club de race du Caniche à accoupler des Caniches de couleur et/ou de taille différentes.

Par la suite, pour mieux fixer les caractéristiques de la variété, ces éleveurs font reproduire deux adultes appartenant à cette même variété. Néanmoins, le travail de sélection de l'éleveur sur la génétique entraîne l'éloignement entre les variétés d'une même race. Nous sommes, alors, à même de nous questionner sur la notion de race en cynophilie. En effet, on peut imaginer que les éleveurs ayant fixé des variétés, des souches, voire des lignées consanguines, souhaiteront probablement en faire un jour des races distinctes. D'ailleurs, les éleveurs canins érigèrent, au XIX^{ème} siècle, en races distinctes certaines variétés de chiens modifiées seulement de la race originelle par l'éloignement de la région de création. De même, de nos jours, certains éleveurs continuent de demander une reconnaissance officielle de la Fédération Cynologique Internationale (FCI) en tant que nouvelles races pour des produits issus de leur croisement et de leur sélection qui, en fait, pourraient se rattacher sans difficulté à une race préexistante.

Ainsi, les éleveurs travaillent-ils sur la morphologie du chien, c'est-à-dire l'équilibre et la beauté des formes, et sur la conformité, c'est-à-dire le respect au standard de la race ; ce standard est la description de l'aspect d'une race dans chacune des parties de son corps, Notons que le plus ancien standard est celui du Bulldog. Il a été rédigé en 1865, un an après que les amateurs de ce chien, alors menacé de disparaître, se furent réunis en un club, lui aussi le premier Club ou Association de race (54).

Les éleveurs sélectionnent aussi des aptitudes. Or, les deux critères de morphologie et d'aptitudes semblent indissociables puisque les chiens à la mode, sélectionnés uniquement sur des caractères morphologiques présentent, souvent, un déséquilibre psychique. C'est la raison pour laquelle le caractère est également sélectionné pour obtenir des sujets gais, vifs, joueurs et tendres. Cette sélection sur le caractère est bien spécifique de l'activité de l'éleveur canin, car l'animal élevé est généralement acheté pour son caractère affectueux.

L'éleveur détermine si les caractéristiques du produit obtenu sont dues au patrimoine génétique du sujet, ou, au fruit du hasard. En effet, les critères positifs dus au hasard ont peu de chance d'être transmis à la descendance. L'éleveur ne doit, donc, pas prendre le risque de baser son choix de reproduction sur le seul aspect des parents ; il a plus intérêt à se préoccuper de la lignée, c'est-à-dire de la descendance du reproducteur. En effet, si les champions ne font pas toujours des champions, il est prouvé que les champions sont presque toujours issus de lignées de champions. Il prête une attention toute particulière aux pedigrees des chiens, et, cette observation se fera sur plusieurs générations. Lors des accouplements, l'éleveur s'efforce, aussi, de découvrir l'apport de la lignée des deux reproducteurs, afin d'en corriger les défauts sans en perdre les qualités. Il essaie, aussi, de fixer (c'est-à-dire de retrouver identiquement) sur plusieurs générations les « traits positifs » des reproducteurs. Cette tâche est certainement la plus technique et la plus difficile pour l'éleveur, car, comme l'adage le signale, « *si les qualités s'additionnent, les défauts, par contre, se multiplient* ». Ainsi, afin de produire des chiens de qualité, l'éleveur doit-il se passionner pour la génétique.

En se regroupant au sein d'Associations de race, les éleveurs peuvent bonifier leur travail par confrontation des techniques de sélection.

Le premier but de l'activité de l'éleveur est donc de produire de beaux et de bons chiens sympathiques qui feront le bonheur de leur maître. Ce credo, fruit du travail de sélection, est amélioré par le travail de l'éducation de base et de socialisation du chiot.

Ainsi, pour parfaire son imprégnation, le chiot doit vivre au contact de ses congénères et au contact de l'homme et de son environnement. L'éleveur s'occupe donc continuellement de ses chiots pour les « familiariser ». D'ailleurs, jouer très tôt avec les chiots les épanouit et les rend dociles. Les acquéreurs y sont d'autant plus sensibles qu'ils ont des enfants. De plus, l'éleveur en travaillant sur le bon équilibre du caractère de ses chiots contribue à lutter contre les abandons. En effet, on a moins tendance à abandonner un chien bien élevé.

L'éleveur passionné peut, aussi, selon la race élevée, ne pas se limiter à l'épanouissement moral de ses compagnons, mais aussi à veiller à leur épanouissement physique en effectuant de longues courses en liberté avec eux.

L'éleveur est aussi le professionnel compétent à qui le public fait confiance pour choisir un chiot.

Pour la personne souhaitant être éleveur, il est important de mettre toutes les chances de son côté afin de réussir dans ce métier, d'autant que la vente des chiots, malgré les choix et les qualités proposés, est actuellement difficile. C'est pourquoi, dans l'agencement de son activité, nous avons remarqué qu'il était utile de procéder selon certaines étapes.

3. Constitution d'un élevage (23)

a. Première étape

Le futur éleveur doit choisir quelle race il veut élever et s'imprégner des caractéristiques et des standards de cette race. Il est indispensable de parfaitement les maîtriser, afin d'élever un chien de qualité

b. Deuxième étape

Il fréquente le Club de la race, ou du moins il s'informe auprès de lui des dates et des lieux d'exposition ou de concours, dans l'objectif d'étudier les sujets présentés au cours de ces manifestations. Cette étape suppose disponibilité et moyens financiers, car les expositions et les concours se déroulent partout en France et en Europe.

Si cette étape peut sembler inutile à certains, elle est importante car nous avons noté, qu'en réalité, un élevage sérieux prospérait après quelques années de fréquentation d'expositions et de concours.

c. Troisième étape

Le futur éleveur achète sa première femelle, puis une seconde. Généralement, les éleveurs novices trouvent appui auprès d'éleveurs plus aguerris pour lesquels ils éprouvent confiance et admiration et auprès desquels ils recueillent conseils et vieux « trucs ». Leurs premières reproductrices proviennent souvent de leur cheptel, ainsi que les saillies.

Ainsi, pour réussir dans ce métier, il nous semble préférable de débiter « petit » avec une femelle et éventuellement un mâle, puis de se faire connaître dans les concours. Ensuite, le bouche à oreille fait le reste. L'éleveur canin renommé a, dans ce cas, ses chiots réservés dès les saillies et de nombreux clients sur la liste d'attente !

Face à la pléthore d'éleveurs amateurs ou de particuliers, les professionnels se doivent de valoriser leur activité.

4. Valorisation de l'activité d'éleveur canin

L'éleveur canin valorise au moins son activité par des opérations de suivi, de gestion et de promotion de l'élevage.

Afin d'être reconnu en tant que tel et valoriser ainsi les chiots produits, l'éleveur de chiens de race effectue des démarches administratives, notamment en ce qui concerne la Société Centrale Canine (SCC). Ces démarches le distinguent des éleveurs amateurs qui négligent, généralement, ces démarches. De plus, ces formalités administratives, réalisées par l'éleveur, assurent la promotion de l'ensemble de la filière élevage canin.

a. Obtention d'un affixe

La première valorisation de l'activité de l'éleveur est de se donner un affixe. L'affixe est le nom qui permet d'identifier l'élevage. Il est concédé par la SCC et enregistré par la FCI.

Ce nom, ajouté à celui du chien de race, permet de connaître l'élevage de provenance du chien. Si cet affixe n'est pas obligatoire, il est préférable pour l'éleveur réalisant

plusieurs portées d'en avoir un. D'ailleurs, il est regrettable que de nombreux éleveurs n'en aient toujours pas.

Deux ou trois mois avant la première saillie, l'éleveur doit remplir un formulaire de demande d'affixe. Cependant, nous conseillons à l'éleveur de prévoir un délai suffisant, afin de ne pas se faire prendre de vitesse par le cycle biologique de la chienne. En effet, l'affixe n'a pas d'effet rétroactif sur les chiens de l'élevage inscrits au Livre des Origines français (LOF) avant sa concession. Sur ce formulaire de demande d'affixe, il y indique son nom, l'adresse de son élevage et propose quatre affixes par ordre de préférence. Les noms de famille, de ville ou de pays sont exclus de cette demande. La somme de 84 euros sera aussi acquittée à la SCC afin d'obtenir ce droit. De plus, l'éleveur doit être membre d'un Club ou d'une Association de race afin d'obtenir l'autorisation de postuler pour un affixe. L'affixe doit être approuvé par le Président du Club ou de l'Association de race. La SCC, une fois la demande reçue, vérifie que les conditions soient bien remplies et que l'affixe désiré n'est pas déjà utilisé par un autre éleveur.

Mais, détenir un affixe entraîne des devoirs et des obligations de la part de l'éleveur. En effet, le détenteur d'un affixe s'engage à ne produire que des chiots inscrits au LOF, à soumettre tous les chiens de son élevage au contrôle de la SCC, à respecter les directives d'élevage des Associations et Clubs de la race élevée, à inscrire au LOF la totalité des chiots des portées obtenues de son élevage. Si l'éleveur ne respecte pas ces engagements ou s'il fait de fausses déclarations auprès des autorités compétentes, son affixe peut être rayé du répertoire de la SCC.

Afin de vérifier l'exactitude des renseignements, des contrôleurs agréés par la Société Centrale Canine peuvent procéder à des visites inopinées de l'élevage. 130 personnes sont, ainsi, habilitées par la SCC à contrôler les élevages canins. La SCC peut, aussi, demander un contrôle de filiation, par le procédé Labogena, pour vérifier la véracité de la déclaration de l'éleveur. L'éleveur peut faire pratiquer cette analyse au Laboratoire d'Analyses Génétiques de Jouy-en-Josas.

En 1995, 129 « missions de contrôle » ont été effectuées. Deux affixes ont été interdits et cinq suspendus.

De même, afin de valoriser la reproduction de ses animaux, l'éleveur a des démarches à effectuer.

b. Formulaires liés à la saillie et aux naissances

Avant d'effectuer toute saillie, l'éleveur s'assure que les deux reproducteurs soient bien confirmés et inscrits au LOF. Si l'éleveur utilise un chien issu d'un pays étranger, la confirmation de ce reproducteur n'est pas obligatoire. Cependant, il faudra quand même joindre au certificat de saillie une photocopie de son pedigree.

Une fois la saillie effectuée, l'éleveur de la chienne a un délai de quatre semaines pour faire parvenir à la Société Centrale Canine (SCC) un certificat de déclaration de saillie. Le producteur canin peut se procurer ce formulaire auprès de la SCC. Cet organisme, une fois le certificat de saillie reçu, procède à diverses vérifications.

Puis, la SCC envoie, par courrier au propriétaire de la litière, un formulaire de déclaration de naissance et une demande d'inscription. L'éleveur a un délai de deux semaines après la naissance d'une portée de chiots, nés de parents de race pure et

dont la race a été confirmée, pour remplir et faire parvenir à la SCC cette déclaration de naissance. Par contre, la demande d'inscription ne sera remplie pour chacun des chiots obtenus qu'une fois ces derniers tatoués. C'est pourquoi, de nombreux éleveurs font tatouer les chiots à l'âge de deux mois. Il fera parvenir la demande d'inscription à la SCC, accompagnée des volets d'immatriculation de chacun des chiots au fichier central et le titre de paiement des droits d'enregistrement.

Une fois toutes ces contraintes administratives réalisées, les chiots seront enregistrés de façon provisoire au LOF, les certificats de naissance seront établis pour chaque individu et expédiés au producteur de la portée.

L'éleveur se doit de bien constituer d'office son dossier, car tout dossier irrégulièrement constitué au bout de six mois est classé sans suite. D'ailleurs, nous avons remarqué que de fausses informations, concernant la constitution de ces dossiers, circulent au sein de la profession. Par exemple, une fausse information concernerait la possibilité de mettre en attente le dossier, si un des reproducteurs n'a pas l'âge de la confirmation, au moment de la saillie. En fait, tout dossier de ce type est automatiquement repoussé.

Si un ou deux reproducteurs n'ont pas été confirmés, l'éleveur peut, par mesure conservatoire, faire tatouer les chiots et expédier à la Société Centrale Canine, les volets d'immatriculation en précisant au verso le numéro de dossier attribué par la Société Centrale Canine à la réception du certificat de saillie.

175 629 chiens concernant 253 races ou variétés ont été inscrits au LOF à titre provisoire en 2003. ce chiffre reflète une « relative » bonne santé de l'activité d'éleveur de chiens de race puisqu'il est en augmentation de 8 % par rapport à l'année 2002. Ce caractère est relatif, car on estime qu'il naît en France chaque année un million de chiens. Le chien de pure race se trouve, donc, toujours dépassé par le chien « sans-papiers » qui confirme chaque année sa position dominante (47).

Une fois l'âge adulte atteint, l'éleveur, afin de valoriser son travail de sélection, a tout intérêt à faire confirmer les chiots obtenus même si cela implique de se plier à des contraintes administratives.

c. La confirmation

Lors d'une séance de confirmation, un expert-confirmateur, agréé par le Ministère de l'Agriculture, s'assure que l'animal correspond bien au standard de sa race. Il vérifie simplement que le chien présente bien les caractéristiques de la race, données dans le standard et que les points de non-confirmation, différents selon les races, sont bien respectés, comme par exemple la cryptorchidie, l'affrontement des mâchoires, le nombre de dents...(39). En fait, la confirmation est la reconnaissance de l'aptitude d'un chien à transmettre en fonction de sa conformité au standard et aux aptitudes spécifiques de sa race ou de sa variété, les qualités propres de la race à ses descendants (5). C'est, en quelque sorte, le droit donné à un chien de race de reproduire pour sa race. Elle ne concerne, bien évidemment, de par sa définition, que les chiens de race.

Cette confirmation est une exception française en matière de cynophilie ; en effet, la France est le dernier pays européen à pratiquer l'examen de confirmation (45). Ce dernier est réglementé par le décret n° 74-195 du 26 février 1974 relatif à la tenue du

livre généalogique pour l'espèce. Ainsi, l'éleveur doit-il obligatoirement confirmer son chien pour obtenir l'inscription définitive de l'animal au LOF, qui est le livre généalogique de l'espèce canine en France. On peut alors parler de pedigree pour le reproducteur confirmé. Le pedigree permet au professionnel canin d'attester de la qualité de chien de race et de sa faculté de reproducteur apte à contribuer au développement et à l'amélioration de la race canine en question. L'éleveur peut aussi répertorier au titre de la descendance les chiots obtenus par des parents inscrits définitivement au LOF.

Par contre, si l'animal n'est pas confirmé, l'éleveur ne peut plus inscrire ses descendants au LOF, dans la mesure où le Club de race concerné a décidé que le livre est fermé pour cette race. Dans ce cas de livre fermé, le cynophile peut seulement y répertorier les descendants issus de parents eux-mêmes inscrits dans ce livre. Cependant, si le LOF de la race est ouvert par le Club de race, l'éleveur peut prétendre y inscrire, au bout de plusieurs générations, les produits nés à partir d'un chien non confirmé.

Ainsi, cette confirmation se fait-elle au titre de la descendance pour un chien ayant un certificat provisoire de naissance délivré par la SCC, au titre de l'importation pour un chien ayant un pedigree étranger reconnu par la Fédération Cynologique Internationale et à titre initial lorsque le Livre des origines français est encore ouvert pour la race concernée (39).

Ce côté technique, à première vue rébarbatif, est très important pour l'éleveur qui peut, alors, se prévaloir d'avoir des chiens de pure race. En effet, comme seuls les chiens inscrits au LOF sont de race, les tribunaux peuvent sanctionner, comme mensonger, les offres d'éleveurs ne correspondant pas à ce que l'acheteur attend de l'éleveur, notamment au niveau de la conception de « chien de race ». Ainsi, l'éleveur peut-il valoriser sa production canine en la répertoriant comme étant de race puisqu'il est indéniable que les chiots de race se vendent plus chers.

Les normes d'âge et de qualification pour la confirmation sont fixées pour chaque race, en accord avec la SCC, par les Clubs et les Associations de race. En principe, l'éleveur peut réaliser la confirmation pour des chiots d'au moins douze mois voire quinze mois dans certaines races. Le tableau³ précise à l'éleveur quand il est possible de faire confirmer ses chiens.

Pour soumettre son chien, à l'examen de confirmation, l'éleveur doit présenter :

- le certificat de naissance du chien,
- la carte d'immatriculation au Fichier central.

L'éleveur se doit de vérifier, avant la séance de confirmation, que le tatouage soit bien visible -sinon nous lui conseillons de le refaire- et d'être sûr que l'inscription du chien au Fichier central a été réalisée. En effet, avant d'examiner l'animal, le juge va contrôler le tatouage et l'immatriculation au Fichier central, ainsi que le formulaire d'examen de confirmation fourni par la Société Centrale Canine ou par l'Association de race du chien élevé ou encore par la Société Régionale Canine dont dépend l'exploitation de l'éleveur.

Parfois, l'éleveur peut être confronté à des cas particuliers :

- s'il veut inscrire un chien à titre initial, il doit produire, lors de la séance de confirmation, un récépissé de déclaration de naissance au Livre d'attente et un certificat de déclaration au Livre des Origines français à titre initial ;
- s'il veut confirmer un chien ayant un pedigree étranger, reconnu par la Fédération Cynologique Internationale, l'éleveur doit produire lors de la séance le pedigree étranger et un certificat de déclaration au Livre des Origines français au titre de l'importation ;
- pour les éleveurs vivant dans les départements et territoires d'Outre-Mer (Dom-Tom), la confirmation n'est plus obligatoire. Les chiens élevés bénéficient alors d'un pedigree Dom-Tom. Mais, si le chien revient en Métropole, et que l'éleveur veut lui faire reproduire des sujets inscriptibles, le cynophile doit faire procéder au chien un examen de confirmation.

L'éleveur peut faire confirmer ses chiens en n'importe quel lieu du territoire métropolitain, lors de rassemblements canins organisés avec l'agrément de la SCC. Ce sont :

- les expositions canines nationales ou internationales et les présentations de chiens organisées par les Sociétés Canines Régionales affiliées à la Société Centrale Canine,
- les expositions nationales ou régionales d'élevage et les réunions de délégations organisées par les Associations de race affiliées, avec l'accord des Sociétés Canines Régionales,
- les fields trials organisés par les Sociétés Régionales et les Associations de race,
- les séances de confirmation organisées par les Sociétés Régionales et les Associations de race,
- Les épreuves de travail pour les lévriers organisées par les Associations et les Clubs de travail du lévrier.

Ainsi, est-il exclu que l'éleveur puisse faire confirmer ses chiens lors des concours, épreuves ou démonstrations de chiens de garde et de défense.

Ce producteur canin peut, exceptionnellement, réaliser l'examen de confirmation au domicile de l'expert-confirmateur si cela est autorisé par l'Association ou le Club de la race concernée, en accord avec la Société Centrale Canine (39).

L'éleveur n'a ainsi pas de souci pour faire confirmer ses chiens puisque ces rassemblements canins ont lieu régulièrement sur tout le territoire français (39).

Si le chien est confirmé lors d'une de ces séances, l'éleveur doit envoyer à la SCC en un envoi groupé dans un délai de moins d'un an, les documents suivants :

- le formulaire d'examen de confirmation complété et signé par l'expert-confirmateur,
- le certificat de naissance original signé par l'expert-confirmateur,
- le règlement des frais de dossier.

La SCC après vérification et accord du Club de race procède à l'inscription au LOF à titre définitif du chien et à l'expédition du pedigree à l'éleveur par courrier en recommandé.

Si le chien n'est pas confirmé, l'expert garde le formulaire de confirmation et le transmet à la SCC dans les huit jours. L'éleveur, s'il estime que la décision n'est pas justifiée, peut faire appel dans un délai de deux mois. Les Clubs et les Associations de race disposent de ce même délai pour, aussi éventuellement, faire appel. L'éleveur, comme tout autre propriétaire de chien, doit, alors, verser une caution pour que son animal soit présenté devant un jury d'appel composé d'au moins trois experts. L'un de ces experts est au moins accepté par l'appelant. Ce jury tranche sur la décision de confirmation ou de non-confirmation du chien. Si l'appelant est débouté de son appel, la caution reste acquise à la Société Centrale Canine. Par contre, si l'animal est confirmé, cette caution est restituée au cynophile. Généralement, moins de 5 % des chiens présentés sont refusés à la confirmation ; seuls 1 257 chiens ont été refusés en 2001 sur les 44 944 présentés, soit un taux de refus de 2,8 %. Sur l'ensemble des chiens examinés en jury d'appel, environ 70 % ont été finalement reconnus aptes (44).

44 956 chiens ont obtenu le pedigree définitif, après confirmation en 2001. Ce nombre est en baisse par rapport à l'année 2000, où 48 009 chiens avaient été confirmés. Si le nombre de chiens inscrits au LOF continue de progresser (nous observons une augmentation de 7,5 % en 2001 par rapport à l'année 2000), le taux des confirmations diminue d'année en année. En 2001, la baisse amorcée entérine cette tendance : le taux de chiots confirmés par rapport au nombre de naissances s'est établi à 29 %, contre 31 % en 2000 (44). Ce phénomène n'étant pas nouveau, la confirmation, spécificité française, est, alors de plus en plus remise en question. Nous invitons le lecteur à entrevoir les conséquences de cette évolution dans le paragraphe consacré aux perspectives de cette profession.

Souvent, l'émulation découlant de la préparation et de la présentation de ses chiens, en vue d'une valorisation de son activité personnelle à la confirmation, pousse l'éleveur à participer à des concours canins.

d. Valorisation et reconnaissance de son travail personnel lors des concours canins

Nées au XIX^e siècle, les expositions canines se sont multipliées dans les pays occidentaux, et les concours de beauté visent à sélectionner l'esthétique des chiens qui répondent au standard de la race : tout animal présentant des défauts est, alors, systématiquement exclu (défaut de couleur, de taille, de port de queue et d'oreilles...) (11).

L'éleveur peut, ainsi, se faire connaître et faire reconnaître son savoir-faire en participant à des concours canins de beauté ou à des concours de travail. Il a, ainsi, l'occasion de présenter son travail de sélection à un public différent mais souvent très ciblé. La ténacité et la pertinence des choix de sélection de l'éleveur trouvent alors leur justification dans le jugement de ses produits. Lors de ces concours, les juges évaluent chaque chien sur son aspect général, sa forme physique, la couleur et la qualité de sa robe, son caractère, puis ils examinent ses allures en le regardant évoluer (11). Leurs appréciations représentent la plus belle vitrine pour un élevage, voire pour la vente de certains sujets.

En effet, lors de ces réunions, le producteur canin ne doit pas y voir que l'aspect compétition mais aussi l'acte commercial. Ces concours lui permettent de rencontrer tous les intervenants de la filière canine, c'est-à-dire les propriétaires, les

vétérinaires, les dirigeants cynophiles, les responsables de clubs de race, les toiletteurs, les handlers (voir le paragraphe consacré à cette profession)..., en quelque sorte, tous les amis des chiens. Ces rendez-vous étant le lieu idéal pour choisir un futur chien, l'éleveur tâche d'y être disponible vis-à-vis d'éventuel client; il répond, alors, aux questions du public, donne les conseils indispensables pour bien élever un chien, l'instruire, le nourrir et le soigner mais il met aussi l'accent sur les aptitudes, l'éducation et les services quotidiens rendus par les chiens qu'il élève. Il distribue des cartes de visite et des prospectus vantant l'élevage ou la race canine élevée ; certains vont jusqu'à décorer les cages des chiens exposés afin d'attirer l'attention des visiteurs.

Concernant l'organisation de ces expositions, nous renvoyons le lecteur à la profession de handler (3^{ème} paragraphe de la 2^{ème} partie.)

Quant à la compétition, elle est le lieu où les crédibilités s'affirment et où les réputations des éleveurs se créent. D'autant qu'obtenir de bons résultats en concours canins valorise et entraîne une reconnaissance du travail de sélection de l'éleveur. Souvent la réputation d'un bon éleveur ne tient qu'aux prix obtenus par les animaux qu'il produit. En effet, en faisant participer ses chiens à ces expositions canines, destinées à la sélection des meilleurs sujets par appréciation de leur conformité au standard de la race (description d'un spécimen parfait d'une race), l'éleveur obtient, de la part des juges cynophiles, une appréciation sous forme de qualificatifs octroyés aux chiens jugés les plus proches du standard de leur race. On imagine, alors, la fierté de l'éleveur quand les regards du public convergent vers un de ses chiens qui a obtenu un de ces titres, comme le Certificat d'Aptitude de Conformité au Standard (CACS), le RCACS (Réserve du CACS), le CACIB (Certificat d'aptitude au championnat international de beauté), le RCACIB (Réserve du CACIB). Ces deux derniers titres sont délivrés uniquement dans les expositions internationales agréées par la Fédération cynologique internationale. L'homologation du titre de champion national -CHCS (Champion de conformité au standard)- pour un chien est possible lorsque ce dernier a remporté un certain nombre de CACS. Ce nombre est différent selon que la race du chien concerné est soumise ou non au travail. Il existe, aussi, le titre de Champion international de beauté (CHIB) (11).

Parfois, ces manifestations nationales de race comportent des épreuves particulières comme des contrôles d'aptitudes comportementales ou tests de comportement dénommés par l'abréviation TAN (Test d'Aptitude Naturel)). Ceux-ci complètent la sélection morphologique en favorisant les sujets au caractère le plus équilibré issus d'une sélection rigoureuse de la part de l'éleveur.

Certaines manifestations canines comportent aussi des présentations de groupe de reproduction. Cette démonstration permet à l'éleveur de donner au public une meilleure idée de son travail global de sélection, d'autant qu'il n'est pas obligé de ne présenter que des reproducteurs engagés individuellement en concours.

Il existe, aussi, d'autres types de compétitions. Il s'agit des concours d'obéissance, de pistage, de chasse, de chiens de troupeau, de ring et d'agilité, encore appelé agility...

- Les concours d'obéissance testent à la fois l'aptitude du chien et celle du présentateur à accomplir toute une série d'exercices, parmi lesquels les ordres tels qu'assis, pas bouger, couché, au pied et rapporte.
- Dans les concours de pistage, le chien doit suivre une piste à l'odeur.

- Les compétitions de chasse sont réservées aux chiens de chasse. Ces compétitions, nommées field-trials, testent les aptitudes du chien à la chasse sur le terrain. Par exemple, la disposition du chien à marquer l'arrêt ou son aptitude à rapporter y sont testées.
- Les concours de chiens de troupeau, sont, bien évidemment, réservées aux chiens de berger. Au cours de ces compétitions, le chien doit conduire un troupeau dans toutes sortes de situations difficiles.
- Les concours de ring présentent une série d'épreuves de dressage (saut d'obstacle, obéissance, combativité, pistage).
- Dans les concours d'agility, il évolue avec son maître, sans laisse ni collier, sur un parcours composé d'obstacles divers. L'agility est une discipline en pleine expansion qui consiste à faire évoluer son chien sur un parcours d'obstacles, ce qui nécessite une parfaite entente entre le maître et son animal.
- D'autres compétitions, comme les courses de chiens de traîneau et de pulka ou les courses de Lévriers visent à homologuer les compétences d'un chien. Les courses de chiens de traîneau et de pulka, organisées en Alaska dès le début du siècle, sont, depuis 1979, en pleine progression en France. Les courses de Lévriers sont surtout développées dans les pays anglo-saxons, et allient le spectacle et le pari. En France, les premières courses ont été organisées en 1928, sans grand succès, mais cette activité connaît depuis 1970 un nouvel essor (11).

En résumé, l'éleveur peut, face à un client, mettre en exergue les titres de champions obtenus par ses chiens, afin de montrer le sérieux de son exploitation. C'est pourquoi, de nombreux éleveurs concourent dans les expositions organisées par une des cinquante-deux Sociétés Canines Régionales afin d'obtenir une appréciation de leur travail sous forme de CACS, CACIB (Certificat d'Aptitude au Championnat International de Beauté, titre très important délivré par la Fédération Cynologique Internationale ou FCI et mis environ vingt et une fois en compétition chaque année en France.), meilleur de race, meilleur de groupe, best in show ou meilleur lot d'élevage.

La réussite d'un concours est si importante pour l'éleveur qu'il s'y investit pleinement d'autant qu'il y trouve l'occasion d'exprimer la passion et l'amour pour sa race de prédilection. Cet investissement se manifeste, à la fois, dans la présentation des chiens de son élevage, mais aussi dans leurs préparations. L'éleveur consacre alors ses congés à ces expositions. Cela est d'autant plus vrai pour les expositions de conformité au standard ou de beauté où l'entretien du poil des chiens est primordial. La veille de la compétition, l'éleveur n'hésite pas à passer plusieurs heures à toiletter ses animaux (par exemple, quatre heures pour toiletter un Fox terrier). Pour des races comme le Bobtail, l'éleveur débute l'exposition une semaine à l'avance en brossant quotidiennement l'animal.

Afin que l'exposition canine se déroule le mieux possible, l'éleveur emporte un certain nombre d'affaires qui consistent :

- pour le chien, en une couverture à mettre sur le sol de la cage, une gamelle pour boire, un repas, et une laisse pour le présenter
- pour lui-même, en une chaise pliante, une épingle de sûreté pour accrocher le numéro de présentation, et un livre pour passer le temps

Cependant, ne nous y méprenons pas : un bon éleveur ne se reconnaît pas aux nombreux chiens confirmés et à quelques succès annuel. Les qualités de ce professionnel se jugent aux résultats obtenus et la reconnaissance ne vient que par le travail (23). Ainsi, si l'éleveur peut, comme nous venons de l'étudier, améliorer son travail vis-à-vis de l'extérieur, il peut aussi le valoriser de manière interne par l'organisation de son travail quotidien.

e. Valorisation en interne du travail de l'éleveur

e.1 Sélection rigoureuse

Le cynophile obtiendra des résultats en élevage par une sélection des produits obtenus. Une première sélection des chiots s'effectuera au cours de leurs deux premiers mois. Il vendra comme « chiens de compagnie », les chiots présentant un « défaut » (ce sont souvent les « culots » de portée) ; bien qu'inscrits en raison des origines de leurs parents, ces sujets sont susceptibles de ne pas être confirmés. Il observera jusqu'à l'âge de 6 mois les chiots susceptibles d'obtenir leur confirmation. A 6 mois, il effectuera une nouvelle sélection, ainsi qu'une troisième, entre 6 mois et 1 an. Par la suite, il présentera les sujets retenus à des concours pour remporter des « prix de conformité au standard ou de beauté ». L'enjeu est de taille car un champion garantit la qualité de l'élevage. Ce savoir-faire de l'éleveur-sélectionneur lui permet d'assurer la pérennité de son exploitation, notamment lors des demandes de saillies (23).

e.2 Formation adéquate

Une des meilleures valorisations de son travail interne passe, bien évidemment, par une formation adaptée afin de devenir un professionnel compétent. Cette formation est développée dans le paragraphe correspondant.

e.3 Regroupement des données relatives à l'élevage

Pour la bonne « marche » de son exploitation, nous avons remarqué que l'éleveur a intérêt de tenir à jour un certain nombre de documents bien qu'aucune contrainte légale ne l'y oblige. Ces écrits regroupant les différentes données de l'exploitation permettent à l'éleveur ou à ses partenaires comme le vétérinaire d'avoir un bilan et un suivi de l'évolution de l'exploitation, tant d'un point de vue technico-économique que sanitaire. Par ce biais, l'éleveur peut être à même de modifier la conduite de son élevage afin d'obtenir une plus grande optimisation de son activité.

Ces documents peuvent consister en un planning, sorte de cahier d'élevage, où l'éleveur note chaque jour les événements relatifs à l'exploitation et les données relevées sur l'élevage.

- Une partie du cahier peut être dévolue au suivi zootechnique.
- Il y note les dates et les résultats des mises bas (sans ou avec son intervention ou de celle du vétérinaire), les portées et leur nombre de chiots, le rythme et les dates de chaleur de chaque liche, les saillies prévues ou déjà réalisées, leurs résultats pour chaque étalon. Une telle rubrique est importante à tenir, car elle permet à l'éleveur de s'y « retrouver » dans les dates de chaleurs de ses reproductrices, dans le nombre de portées attendues dans l'élevage ou dans le nombre de saillies déjà effectuées par l'étalon. De plus, en analysant les données zootechniques de ses reproducteurs, comme la fertilité (nombre de gestations par chienne saillie ou taux de réussite des

saillies), le rythme (nombre de mois entre les chaleurs par le nombre de lices en âge de reproduire), la fécondité (nombre de chiots par portée), la prolificité (total de chiots nés par nombre de mises bas), la productivité (nombre de chiots sevrés ou vendus), l'éleveur est apte à décider ou non d'utiliser tel reproducteur.

- De même, il mentionne pour les chiots les dates de sevrage, les courbes de poids, les poids moyens des chiots par portée à un ou deux mois, les incidents de croissance, les changements de régime alimentaire, la consommation de nourriture...Il y notifie, aussi, les quantités, l'origine des aliments, les numéros de lot ainsi que leurs prix. Ainsi, peut-il vite retrouver l'origine d'une intoxication alimentaire sur des sujets de son élevage
- Il peut réaliser un suivi génétique en répertoriant le pourcentage de confirmation par portées, la généalogie des chiots, la cotation des reproducteurs, les récompenses obtenues en concours –soit de beauté, soit de travail- et les anomalies génétiques observées. Par ce volet, il récapitule les performances de l'élevage, oriente le travail et la génétique qu'il doit réaliser afin de tirer son activité vers le haut de gamme.
- Une autre rubrique peut permettre à l'éleveur de réunir les divers renseignements concernant l'aspect sanitaire. En effet, la plupart des éleveurs possèdent les données sanitaires -comme les dates de vermifugation et de traitements antiparasitaires, les produits utilisés dans ces actes, les maladies pour lesquels les chiens ont été vaccinés et les dates d'injection des vaccins, les différentes pathologies, accidents ou interventions chirurgicales survenus sur les animaux de l'exploitation, les taux de mortalité à différents âges, les taux de morbidité ...-, mais sur des documents séparés. Or, s'il est facile de se souvenir des soins vétérinaires concernant un chien, notamment pour un particulier, il est plus difficile de garder en mémoire les interventions réalisées sur plusieurs animaux. L'éleveur mentionne, dans cette rubrique, la date des contrôles sanitaires, des désinfections effectuées, d'entrée et de sortie des animaux ainsi que les produits employés.

Si l'éleveur n'est pas submergé par tout cet aspect administratif, il peut prévoir un cahier économique où les ventes de chien et les dépenses indiquent le bilan financier de l'exploitation. Il y analyse l'état du marché en répertoriant le prix des chiots vendus, les délais entre la mise en vente des chiots et leur achat. Ce cahier lui permet d'établir rapidement un bilan synthétique de ses activités commerciales. Ainsi, est-il apte à moduler sa production en fonction de l'état d'ouverture du marché.

Ce professionnel peut même envisager un autre classeur où il garde les renseignements sur la construction de ses locaux et les modifications concernant leur utilisation.

Nous sommes conscients que tout ce travail d'informations nécessite pour l'éleveur un grand investissement en temps, généralement sans commune mesure avec l'importance de l'exploitation. Néanmoins, si l'éleveur n'y puise que peu d'intérêts à court terme, il valorise à moyen terme son activité en utilisant cette documentation, comme une évaluation à des fins génétiques, cynophiles ou comptables. D'ailleurs, ce type de données réalisées par un ensemble d'éleveurs pourrait être valorisé et exploité par l'Association ou le Club de la race afin d'en dégager des résultats sur l'hexagone et d'avoir une vision globale du métier.

Celui qui a décidé d'être éleveur soit par passion, soit parce qu'il y trouve un intérêt économique, doit être capable de vendre ses produits ; si l'éleveur produit des chiots

de qualité par son savoir-faire, encore doit-il le faire savoir. Ce faire savoir passe par des considérations commerciales que le producteur canin doit valoriser.

f. Valorisation des qualités commerciales de l'éleveur

En matière de commerce canin, les éleveurs de chiens ne parviennent pas toujours à vendre leur produit bien que les chiens issus des élevages professionnels soient de bonne qualité. Ainsi, l'éleveur ne doit-il pas hésiter à entreprendre une démarche commerciale.

f.1 Démarches commerciales d'ordre général

Certaines pratiques commerciales d'ordre général sont peu onéreuses et simples à effectuer.

De nombreux éleveurs n'indiquent pas toujours leur activité et leur lieu d'élevage par un balisage adéquat. Ceci est d'autant plus préjudiciable s'ils exercent dans des endroits reculés.

L'éleveur doit être disponible au téléphone, d'autant plus s'il a publié des annonces comportant ses coordonnées. Ainsi, un répondeur téléphonique ou un téléphone portable permet-il à l'éleveur de poursuivre son travail à l'extérieur, comme soigner les chiens ou entretenir les locaux.

L'éleveur est susceptible d'accueillir mais aussi de renseigner correctement tout acheteur potentiel. Il doit cerner le désir de l'acheteur et détermine si la race qu'il élève correspond bien au profil du futur propriétaire ; il est primordial que chien et maître s'entendent bien ensemble. Ainsi, vendre un Siberian husky à une femme célibataire dont le petit jardin citadin ne permet pas au chien de se défouler, relève pratiquement de l'escroquerie.

Dés lors, nous pensons que tous les arguments ne sont pas forcément bons pour vendre, même si l'éleveur est dans une situation financière difficile, car cette vente risque d'aboutir à un chien et à un propriétaire malheureux. Cette situation correspond mal à l'état d'esprit de la profession, car malgré la morosité actuelle, nous avons constaté que des éleveurs passionnés n'hésitent pas à sélectionner leurs clients, après les avoir longtemps questionnés par téléphone, puis lors d'une rencontre à l'élevage. Ils avertissent ces éventuels acquéreurs des caractéristiques de la race vendue. Certains ne vendent « leurs » chiots que dans un périmètre de quelques kilomètres autour de l'élevage de façon à avoir régulièrement de leurs nouvelles.

Si l'éleveur sait généralement préparer et présenter ses produits pour la vente, il n'en néglige pas pour autant son aspect administratif, comme la déclaration de vente.

Vu la conjoncture économique difficile, les éleveurs ont tout intérêt à se faire connaître. Encore, faut-il savoir se faire connaître.

f.2 Se faire connaître afin de valoriser son activité

C'est toute la problématique de la publicité, encore faut-il que cette dernière soit à la mesure des moyens du professionnel et du nombre de chiots que celui-ci a à vendre. Néanmoins, l'éleveur peut se faire connaître :

- grâce aux Clubs et aux Associations de race,

En s'inscrivant au sein d'un Club et d'une Association de race, l'éleveur y obtient les standards de race et les informations sur les manifestations, concours, et expositions auxquels il se doit impérativement de participer, ne serait-ce qu'à titre d'observateur. Ces événements sont pour lui l'occasion de nouer des contacts essentiels au démarrage et à la bonne marche de son entreprise (23).

Ces organismes permettent à l'éleveur de bonifier son travail en améliorant la race qu'il élève par confrontation, avec les autres éleveurs, des techniques de sélection, mais aussi en participant à l'établissement d'un standard pour une race française ou en divulguant le standard reconnu par la FCI (Fédération Cynologique Internationale) s'il s'agit d'une race étrangère. En mettant en place des animations variées -réunions amicales, bulletins d'information, livre, site Internet...- ces Clubs ou Associations lui permettent de mieux faire connaître sa race au grand public, de la propager et de la défendre.

D'autre part, les particuliers et les revendeurs, voire les éleveurs amateurs, consultent, souvent, les fichiers des adhérents de ces Clubs afin de s'orienter vers un éleveur. L'éleveur est donc astucieux de ne pas négliger cette voie, en signalant la naissance de ses portées au Club ou Association dont dépend la race qu'il élève.

- auprès des particuliers

Les concours cynophiles ne suffisant pas toujours à attirer le client, l'éleveur peut publier des petites annonces professionnelles. Pour être efficace, l'annonce publicitaire, comme la vente d'une portée, doit respecter certaines règles de choix du support, de rédaction de l'annonce et du moment opportun d'insertion. Seules les petites annonces insérées dans les journaux spécialisés dans le chien -comme Atout Chien, Revue Chien 2000, Vos chiens, Chien Actuel, Chien de Chasse- offrent une réelle efficacité, à condition d'accepter de travailler directement avec les particuliers (23). Par contre, si les journaux locaux souvent gratuits et à un degré moindre les journaux nationaux spécialisés dans les petites annonces constituent un potentiel intéressant de clientèle, ils entraînent, par contre, un grand nombre d'appels téléphoniques. Ces appels proviennent généralement de personnes qui connaissent peu le milieu cynophile et trouvent trop élevé le prix d'un chiot de race de bonne qualité et de bonnes origines.

C'est pourquoi peu d'éleveurs professionnels ont recours à cette pratique commerciale, car ils s'y voient trop souvent reprocher par les particuliers d'y vendre leurs animaux trop cher. Notons que le prix de revient d'un animal né chez un éleveur patenté est forcément plus élevé que celui né chez un amateur, puisque ce dernier ne répercute pas ses charges professionnelles, pour la simple et bonne raison qu'il n'en a pas (23) !

Bien que la plupart des journaux canins aient le même impact, l'éleveur doit saisir certaines opportunités comme les numéros traitant de la race élevée et les hors séries traitant de l'ensemble des races canines, même si l'éleveur n'a pas, à cet instant, de portée à vendre. Ces revues sont parfois consultées longtemps après leur parution, et

peuvent amener des clients particulièrement intéressés par la race traitée. Notons, aussi, que l'éleveur a intérêt à rédiger son annonce à l'avance et non au moment où la portée est remuante, car un certain délai est nécessaire à l'élaboration des revues. Envoyées au dernier moment, les annonces sont susceptibles de ne pas paraître au moment désiré. Dans cette même optique de démarche commerciale, l'éleveur ne doit pas oublier, lors de la rédaction de l'annonce, d'indiquer son adresse complète, ni d'utiliser trop d'abréviations ; même si les mots raccourcis permettent de gagner des lignes, et donc d'éviter une grande dépense, les lecteurs peu habitués au vocabulaire cynophile risquent de ne pas comprendre la petite annonce. De plus, nous conseillons, paradoxalement, de ne pas trop insister sur les titres des reproducteurs et l'arbre généalogique des chiots ; bien que ces critères prouvent le sérieux de l'activité de l'éleveur, un tel flamboiement risque de repousser les personnes aux revenus modestes.

- auprès des revendeurs et des professionnels du chien.

Une démarche toute simple, à effectuer par l'éleveur, est de signaler son élevage aux différents professionnels du chien : vétérinaires, toiletteurs, services animaliers. En leur déposant quelques cartes de visite, ces autres cynophiles signalent l'adresse de l'éleveur à de futurs acheteurs.

Les contacts pris sur les expositions, le bouche à oreille voire les mailings sont aussi de bons moyens pour se faire contacter par les animaleries. Mais, le meilleur outil semble être encore la publicité diffusée dans les journaux destinés aux professionnels de l'animalerie ; deux (Animalerie et Animal Distribution) sont incontournables sur le marché puisqu'ils sont lus par tous les responsables d'animalerie (23).

Se faire choisir par des firmes, telles Unisabi comme « éleveur de champions » valorise la qualité de son travail d'éleveur

f.3 Ne pas se faire oublier.

Ne pas recontacter régulièrement sa clientèle est une démarche dangereuse. Les envois de listes de portées disponibles sont très efficaces puisqu'elles agissent comme un mailing, auprès de la clientèle. Le fait de se rappeler, au moins une fois par an, au bon souvenir de tous ses clients, à l'aide d'un courrier personnalisé raccroche quelques anciens acheteurs (23).

f.4 Créer un site Internet.

Même s'il existe de nombreux sites d'informations et de services dédiés au chien, l'éleveur peut, grâce à un site Internet, apporter une multitude d'informations sur son activité et son élevage. Ce professionnel, en devenant webmaster canin, peut en profiter pour offrir à l'internaute tout ce qu'il faut savoir sur ce compagnon. Cependant, ce site n'a d'intérêt que s'il est clair et accueillant.

Cela dit, nous considérons que l'éleveur ne doit pas essayer de monopoliser la vente de ses chiots ou de ses adultes par le système des petites annonces, car cela oblige à travailler au coup par coup. De plus, la concurrence actuelle et la pléthore d'annonces font que le producteur canin a des difficultés à vendre ses produits. C'est pourquoi, bien qu'à l'heure actuelle, de nombreux éleveurs se contentent d'écouler leur portée qu'à partir de petites annonces et maintenant via Internet, nous sommes persuadés que les concours auront toujours un grand intérêt dans la valorisation de l'activité de l'éleveur canin. L'émulation,

liée à la compétition, ne peut qu'être source de progrès pour l'éleveur et l'ensemble de la filière canine.

Avant de pouvoir valoriser son travail, l'éleveur canin doit posséder un certain nombre de qualités lui permettant d'exercer une telle activité.

C. Qualités nécessaires à l'exercice d'une telle activité

Ces qualités sont un savant équilibre entre la passion liée à l'animal et l'esprit gestionnaire relatif à toute entreprise (23).

1. Qualités morales

La qualité première de tout éleveur est l'amour de la nature qui lui permet de vivre avec des chiens. En effet, si l'éleveur canin apprend son métier par différents cursus (voir le paragraphe consacré à la formation), l'amour des chiens, lui, ne s'apprend pas ; il a cette attirance pour ces animaux ou il ne l'a pas. Ce critère explique que peu de gens deviennent éleveurs professionnels sur un coup de tête (23). Cette passion impérative pour l'espèce canine apparaît, souvent, pendant l'enfance. Le jeune s'éprend de son chien, puis de tous les autres, et enfin de tous ceux qui lui ressemblent. Son intérêt pour une race canine va grandissant. Notons que cette histoire d'amour est nécessaire, voire indispensable pour surmonter les nombreuses contraintes de ce métier. D'ailleurs, lorsque l'on interroge un éleveur sur les motivations qui l'ont poussé à être éleveur, il évoque généralement l'apostolat. Mais, le futur éleveur doit veiller à ce que ce côté affectif ne soit pas un leurre.

Contrairement à la croyance de nombreuses personnes, aimer les chiens ne suffit pas pour se lancer dans cette activité d'élevage du jour au lendemain. L'élevage des chiens est un véritable métier, et, comme tout métier, il nécessite un minimum de connaissances, d'investissements, de travail et d'expérience. Ainsi, de nombreux imprudents, catapultés naïvement et inconsciemment dans l'élevage canin, ont-ils rapidement déchanté par l'importance de leurs pertes financières. De plus, tout sentiment pour les canidés n'entraîne pas obligatoirement le feeling -ce pouvoir magique et indescriptible- qui entraîne l'attirance et le respect des bêtes. Seule une très grande complicité avec ces êtres, qui ne parlent pas, permet à l'éleveur de s'épanouir dans ce métier.

De même, la volonté d'exercer cette activité d'élevage par amour de la nature peut rapidement entraîner des désillusions, car comme nous l'avons vu, au paragraphe précédant, l'activité et les préoccupations de l'éleveur ont peu de rapport avec les motifs écologiques.

Une qualité, souvent insoupçonnée du métier d'éleveur de chiens, est son côté créatif au sens premier du terme. Par le choix de la race élevée et par les critères de sélection retenus l'éleveur exprime sa personnalité et ses idées. Tel un démiurge, la recherche d'une couleur de robe ou d'un courant sanguin lui permet d'apporter aux produits de son élevage un cachet personnel, que les spécialistes reconnaîtront entre tous. Ce côté créatif est récompensé lors des concours et des expositions de races canines.

Motivation, enthousiasme et prise d'initiative sont, aussi, des qualités nécessaires afin de bien effectuer ce métier.

Une grande rigueur dans l'organisation et le suivi des chiens (par exemple, il est indispensable de surveiller une lice qui va mettre bas) permet d'éviter tout incident (23).

2. Qualités commerciales

Il est nécessaire que ce professionnel se montre très entreprenant, notamment dans la vente de ses animaux, car, comme nous l'avons constaté, dans la première partie, le marché du chien est caractérisé par l'absence d'intermédiaire entre le producteur et l'acheteur. Ainsi, afin de s'y retrouver financièrement, l'éleveur doit se montrer clairvoyant et posséder un bon sens commercial. De plus un sens psychologique développé lui procure « une main de fer dans un gant de velours » (23).

Sans rien avoir à reprocher aux boîtes de petits pois, ni à ceux qui les vendent, il est impossible de comparer la vente en élevage à celle pratiquée dans une épicerie. « Fourguer » un chien entache, à jamais, l'avenir et la réputation d'un éleveur. Toute l'attention du professionnel porte donc sur la qualité des ventes réalisées, non pas en s'obstinant sur un chiffre d'affaires, mais en sachant guider la clientèle vers l'animal qui lui est le plus approprié. Il est, en effet, désastreux, de laisser un client acheter un chien de chasse fougueux, comme le Setter irlandais, s'il vit en appartement ; en deux jours, l'animal ayant tout ravagé, le client reviendra furieux. Si la réalité est moins grossière que cette caricature, de nombreux éleveurs réalisent des fautes de vente. Par exemple, la publicité télévisée fait apparaître, depuis quelques années, le West Highland White terrier ou Westie sous les traits d'une adorable petite peluche blanche. Des gens se sont laissés influencer par cette mode en s'offrant cet animal. Pour certains, ce fut un grand bonheur ; pour d'autres, ce n'était pas la peluche dont ils avaient rêvé, car le Westie est un terrier, un peu teigneux et bagarreur, nullement une boule de poils câline, mieux approprié à la compagnie d'un homme qu'à celle des enfants, à qui un chien de race Bichon convient mieux. Outre renseigner le futur maître avec à-propos, l'éleveur doit distinguer le caractère et le besoin affectif du client, tout en sachant lui expliquer le caractère de l'animal désiré. Il détermine si cette race correspond au mode de vie et aux habitudes de l'acheteur potentiel... Certains centres de formation ont, à cet égard, inclus dans leur programme, un cours de morphopsychologie (23).

Outre une finesse psychologique, tant envers sa clientèle qu'envers ses employés qu'il sait tenir en main et motiver, l'éleveur est armé d'un courage et doté d'une rigueur à toute épreuve. Autant un travail administratif peut attendre sur le coin d'un bureau, autant les soins à un animal n'admettent ni retard ni insouciance ; la tenue de l'élevage en dépend (23).

Le producteur canin doit valoriser au mieux sa production (voir le paragraphe sur la valorisation de l'activité), et vendre rapidement les chiots obtenus. Ces deux qualités sont d'autant plus importantes qu'un chiot perd vite de sa valeur, car les acquéreurs souhaitent majoritairement acheter des chiots de moins de cinq mois. En effet, l'acquisition d'un « bébé chien » est liée à un côté coup de cœur qui fait défaillir les personnes les plus réticentes vis-à-vis de l'espèce canine. L'utilisation de ce terme de « bébé chien », à la place de chiot, révèle bien le côté affectif de ce type d'acquisition. Notons, aussi, qu'un chiot invendu va grandir et coûter à l'éleveur de plus en plus cher. Ce fait est particulièrement vrai pour les races de grande taille qui consomment une quantité de nourriture non négligeable. De même, le chiot qui reste longtemps à l'élevage va s'attacher à l'éleveur, et s'adaptera, alors, plus difficilement à son futur maître, entachant la bonne réputation de l'éleveur. L'éleveur canin est, alors, obligé de baisser le prix de vente escompté des chiots restant à demeure, sauf si le jeune chien

laisse apparaître de très bonnes qualités. En conclusion, l'éleveur doit de plus en plus faire intervenir un certain sens commercial et des qualités de vente, de manière d'autant plus importante que les portées sont nombreuses.

Aujourd'hui, comme tous les autres exploitants agricoles, l'éleveur canin est devenu un véritable chef d'entreprise. Des qualités de gestionnaire lui permettent de faire les bons investissements et lui sont utiles dans le choix de ses reproducteurs. D'ailleurs, le principal écueil à la réussite professionnelle est actuellement lié à une mauvaise gestion : trouver un créneau valable et s'y accrocher n'est rien si les moyens financiers sont insuffisants. L'éleveur doit avoir les capacités à construire un projet cohérent pour obtenir, par exemple, des prêts ou des subventions. Notons, en outre, que les autres principales causes d'échec dans le métier sont liées à l'absence d'initiative, d'entregent et d'acceptation de la routine. L'éleveur doit, alors, pouvoir maintenir son sérieux et son enthousiasme au cours des années tout en valorisant son travail.

Pour appréhender correctement les possibilités de commercialisation de ses produits, l'éleveur ne peut négliger les paramètres du marché canin –nous les avons étudiés précédemment ; il doit définir sa propre stratégie commerciale en fonction de la clientèle qu'il désire cibler (23). Pour cela des notions de comptabilité –qu'il peut parfaire lors de formations (voir le paragraphe consacré à la formation)- mélangées à une bonne dose de réalisme sont bienvenues

En conclusion, nous pouvons affirmer qu'un éleveur susceptible de réussir possède :

- pour 50 % des connaissances en technique d'élevage,
- pour 25 % des connaissances en gestion,
- et pour 25 % le sens du commerce.

A ce stade de l'exposé, nous constatons que l'on commence à se situer bien loin de l'idéal affectif et du côté manuel du métier (voir le paragraphe consacré à l'image du métier) d'autant qu'il est nécessaire de posséder une bonne constitution physique.

3. Qualités physiques.

Bien qu'il n'existe pas d'exigences morphologiques en taille ou en poids, il est important pour l'éleveur d'avoir une bonne condition et une grande résistance physique d'autant que s'occuper des chiens nécessite de nombreuses heures de présence, ainsi que de travailler le dimanche et les jours fériés.

4. Qualités nouvelles permettant de réussir dans le contexte actuel.

L'aspect relationnel, trop souvent dédaigné dans le passé, permet à l'éleveur canin de s'entrouvrir aux perspectives et aux adaptations de la profession (nous renvoyons le lecteur au paragraphe concerné). Cette qualité comportementale attire les éventuels acquéreurs, les retient, pour enfin les satisfaire. D'ailleurs, nous avons constaté que les éleveurs qui s'en sortent le mieux sont dynamiques, disponibles, de bonne humeur et se donnent toujours « sans compter ».

Nous pensons, aussi, qu'à l'heure actuelle l'éleveur doit avoir des capacités de conseils. En tant que professionnel du chien, il est de son devoir d'informer ses clients de l'entretien des chiots achetés, de leur alimentation et même de la cynophilie. Délivrer cette information améliore la cynophilie française, car bien que la population hexagonale des chiens de race soit en pleine augmentation, seul un million et demi de

sujets, c'est-à-dire une petite quantité, est inscrit au LOF. De nombreux chiens, possédant un certificat d'origines et pouvant, ainsi, être confirmés, ne sont donc pas présentés à la confirmation. Ces chiens contribuent, alors, à une reproduction en race pure en dehors du LOF. Ainsi pensons-nous qu'il est du devoir de l'éleveur de renseigner ses clients sur la cynophilie, car son rôle initial est d'améliorer la race qu'il élève ! À lui de développer cette aptitude qui fidélisera aussi sa clientèle

Or, même s'il pense avoir le profil de l'éleveur et être très motivé pour l'élevage canin, le postulant à l'exercice de ce métier doit en connaître les embûches et les limites, car les difficultés du métier et les contraintes de la vie professionnelle entraînent rapidement d'immenses déceptions pouvant se transformer en découragement.

D. Limites à l'activité.

Contrairement aux autres secteurs agricoles, l'élevage d'animaux familiers ne s'est guère modernisé, créant, ainsi, de nombreuses contraintes.

1. Limites liées à l'activité en elle-même

La vente des produits issus de l'élevage est principalement limitée par la difficulté à répondre aux fluctuations des demandes de chiots (50) d'autant que la mortalité des chiots est un paramètre d'élevage à ne pas négliger. De plus, un grand nombre de concitoyens n'accorde aucune importance au fait que le chien soit de race ou non. Comme l'amitié pour cet animal n'est pas liée à un pedigree, certains futurs maîtres préfèrent adopter un chien car la dépense est faible, même si une participation à l'adoption est demandée

Le choix de la race et des lignées élevées peut constituer une limite à l'activité de l'éleveur. En effet, certaines races présentent des anomalies héréditaires de gravité variable ; le chiot n'étant parfois pas viable. L'une des tares génétique les plus connues est la dysplasie de la hanche, qui affecte principalement les chiens de grande race à croissance rapide. Y sont prédisposés le Berger allemand, le Briard, le Boxer, le Labrador retriever... Cette maladie peut, à plus ou moins long terme, handicaper leur motricité et entraîner une boiterie. Les anomalies oculaires, touchant l'œil lui-même ou ses annexes, comme les paupières, sont également fréquentes chez de nombreuses races. D'autre part, l'éleveur doit faire face à l'existence de nombreuses maladies congénitales. Par la sélection de parents exempts de tares, ce professionnel parviendra à les éliminer progressivement et contribuera à l'amélioration de la race.

Le développement du métier d'éleveur est limité, aussi, par l'importance des concentrations d'individus. En cas de forte concentration, son activité est, alors, mise en péril

- soit parce que les chiens développent des maladies par la surpopulation (23).
- soit parce que les animaux, insuffisamment en contact avec l'homme, ne deviennent jamais la compagnie tant attendue par le client (23).

D'ailleurs, les premières années d'élevage sont souvent marquées par quelques incidents. Aucun éleveur, du plus expérimenté au novice, n'est à l'abri d'une épidémie, bien que les moins chevronnés le seraient moins (23).

Les contraintes sont surtout fonction de l'emploi du temps et des horaires de travail (voir le paragraphe consacré à ce sujet dans la partie traitant de l'organisation du travail de l'éleveur). Ces horaires, parfois difficiles à supporter, ressemblent à de l'esclavage pour les personnes non initiées, ni passionnées par l'élevage canin. Par exemple, si les premières naissances apportent leur lot de joies, elles amènent aussi de nombreux soucis pouvant briser l'enthousiasme du novice ; qu'elles sont pénibles les nuits où l'éleveur doit se relever toutes les heures pour veiller sur une chienne qui va mettre bas ! Quelle patience doit maintenir l'éleveur lorsqu'il nourrit à la main, durant de longues semaines, les nouveau-nés, afin que leur mère se refasse une santé (23) !

L'exaltation diminue fortement quand l'éleveur doit, au moins quotidiennement, nettoyer les boxes.

En conclusion, l'éleveur doit toujours avoir présent à l'esprit l'ensemble de ces concepts pour éviter de graves désillusions. C'est pourquoi, nous conseillons à un jeune désirant se lancer dans cette activité d'effectuer préalablement un stage chez un professionnel. Cet apprentissage lui fera connaître la réalité du terrain, les horaires de travail et la monotonie du quotidien. Ainsi, saura-t-il si ce type de vie lui convient. Notons, par ailleurs, que ces difficultés et ces contraintes sont vite balayées par l'affection des chiens qui console l'éleveur de la frustration d'avoir si peu de temps libre.

2. Limites liées à l'organisation de la cynophilie (39)

Les organisations cynophiles privilégient souvent le côté beauté au détriment de la santé. Ainsi, pour pouvoir reproduire, les chiens de race doivent subir, dans notre pays, simplement et seulement l'épreuve de confirmation. Cette épreuve n'est d'ailleurs qu'une formalité qui consiste à vérifier et à contrôler l'origine des reproducteurs. Aucun contrôle plus approfondi n'est effectué, en particulier sur la santé.

De plus, une fois la confirmation obtenue, l'éleveur peut alors faire ce qu'il veut, même faire reproduire des chiens présentant ou porteurs de tares cardiaques, oculaires, ostéo-articulaires comme la dysplasie coxo-fémorale ou la luxation de la rotule à un stade très avancé. Les chiots, ainsi produits, ne peuvent justifier que de leur origine par leur inscription au LOF, et non de leur qualité. Bien sûr, il y a la cotation des géniteurs, mais la base de l'élevage se fait souvent avec des chiens de cotation 1 et 2 où les garanties d'absence de tare handicapante sont faibles. N'oublions surtout pas que le chien est un être vivant et qu'en le faisant se reproduire, l'éleveur obtient toujours des êtres vivants. Or, un être n'est vivant que si sa santé lui permet de l'être.

3. Limites législatives.

a. Limites liées à l'absence de législation (39)

La France est un pays de liberté. Ainsi, il y a-t-il peu de contraintes pour l'éleveur canin. Celui-ci n'a aucune obligation d'avoir un affixe, d'être affilié à un Club de race, ou de prendre part à la vie de la race qu'il élève.

En France, toute personne peut faire reproduire un chien avec ou sans pedigree. N'importe qui peut produire des chiens sans prendre la moindre des précautions comme faire saillir une chienne par un mâle plus gros, faire porter sa chienne tous les six mois, faire de l'élevage dans un réduit, ou ne jamais sortir ses reproducteurs. Aucun contrôle ne peut venir sanctionner une telle activité, car aucun organisme n'est tenu de surveiller et de sanctionner cet état de fait.

b. Limites liée à une législation « restrictives ».

Des dispositions législatives « restrictives » (comme par exemple la loi n°99-5 relative aux animaux dangereux et errants promulguée le 6 janvier 1999) contraignent les éleveurs vis-à-vis de l'acquisition, de la détention et de la circulation de certaines races (25).

Des projets de lois sont susceptibles d'engager la responsabilité de l'éleveur vis-à-vis du futur comportement du chiot, car il est désormais prouvé que l'expérience précoce est fondamentale dans le devenir du chiot (25). De même, de nouvelles contraintes, comme le projet de loi ratifiant la Convention du Conseil de l'Europe sur la protection des animaux de compagnie et complétant la loi du 6 janvier 1999, apparaissent. Ainsi, est-il interdit à l'éleveur de vendre un animal de compagnie à un mineur de moins de 16 ans sauf consentement de ses parents ou de faire réaliser des interventions chirurgicales de convenance non curatives telles que les coupes d'oreilles (otectomie) ou l'ablation des griffes ; tout travail de sélection devra éviter la transmission de défauts génétiques altérant le bien-être ou la santé des animaux de compagnie. Cependant, si un certain nombre d'éleveurs acceptent que les standards de races n'obligent plus à pratiquer ces interventions et évoluent vers l'élevage des chiens laissés « en l'état de nature », beaucoup contestent la contrainte exercée à l'encontre du propriétaire l'empêchant de garder son libre choix en la matière et de décider en toute responsabilité du devenir et de l'esthétique de son animal, comme tout citoyen en a le droit pour lui-même ou pour ses enfants (20).

4. Limites liées à une forte concurrence illégale.

Une étude TMO/Groupe J révèle qu'en 1999, 59 % des chiens n'ont pas été achetés chez des professionnels (7). Cette concurrence illégale repose sur deux aspects : l'élevage amateur non déclaré et le trafic de chiens.

Malgré un grand intérêt pour l'espèce canine et une race particulière, peu de « mordus » deviennent éleveur professionnel. Néanmoins, de nombreux propriétaires d'un beau chien –de préférence certifié- n'hésitent pas à le faire reproduire (23). Peu de différences distinguent, alors, ces éleveurs amateurs de l'éleveur professionnel, si ce n'est que le professionnel, se déclarant comme tel, est imposé sur les bénéfices procurés par son activité (23). Certains éleveurs amateurs sont des particuliers qui arrondissent simplement leurs fins de mois, d'autant que la loi les autorise à être « fournisseur occasionnel » pour la vivisection. Parfois, il s'agit carrément d'un commerce clandestin dont les conditions d'élevage sont loin d'être acceptables, notamment lorsqu'une femelle élève ses chiots dans un placard ou dans une cave insalubre !

Néanmoins, l'étude Facco/Sofres 2002 montre une croissance du nombre de chiens castrés ou stérilisés atteignant le taux de 20,5 %. Si l'étude ne répond pas à cette question, nous pouvons nonobstant estimer qu'aujourd'hui les propriétaires sont moins enclins qu'auparavant à faire reproduire leur chienne, par exemple sous prétexte qu'elle doit absolument avoir une portée dans sa vie (23). Cette observation ne peut qu'encourager le travail de l'éleveur même s'il persiste un trafic de chiens important.

Auparavant les éleveurs devaient faire face à une grosse production commerciale de chiens de la part de la Belgique et des Pays-Bas. Aujourd'hui, le commerce illégal est basé sur un trafic de chiens dits « de race » provenant des pays de l'Est, avec, comme plaque tournante, la Belgique (50). Ces bêtes voient le jour dans des élevages intensifs, voire industriels, en Tchéquie, en Hongrie, en Russie, en Slovaquie, ou en Bulgarie.

Elevés sans soins, ces chiots sont séparés précocement de leur mère, pour être envoyés en Europe de l'Ouest. Durant un voyage harassant de milliers de kilomètres, les passeurs de cette filière de chiens les cachent dans le coffre, au fond de la voiture ou les transportent carrément en camions. En 2001, sous le siège d'une camionnette venant de Slovaquie, les gendarmes ont découvert quarante-trois chiots dont vingt-huit étaient morts de soif. Mal soignés, porteurs de maladies graves, ces animaux meurent souvent après l'achat. En Belgique, où la législation sur les animaux est peu contraignante -alors qu'en France, un pedigree implique un tatouage, des vaccins, et un carnet de santé...- les chiots reçoivent une nouvelle nationalité chez des « éleveurs-vitrines » qui les vendent en toute légalité (50).

Ce trafic ne risque pas de se tarir, car même avec une mortalité élevée, il procure des bénéfices faramineux d'autant que notre pays est le plus gros marché d'Europe. Acheté à bas prix environ 100 euros en Europe de l'Est, un Berger allemand est revendu 450 euros sur les quais à Paris. Quant au Chihuahua, son prix passe de 150 à 1 300 euros. Ces bénéfices expliquent que les trafiquants n'hésitent pas à « maquiller » les animaux via un tatouage et de faux certificats.

Outre le fait que l'élevage amateur non déclaré et le trafic de chiens contribuent à la saturation du marché, ils participent aussi à la surpopulation canine qui limite indirectement l'activité de l'éleveur canin.

5. Limites liées à une surpopulation canine.

L'éleveur est à la source d'une filière qui contribue, à son insu, au malheur de centaines de chiens : ceux qui vivent dans les élevages industriels cachés du public et ceux qui, trop nombreux, finissent euthanasiés dans les refuges.

Cette surpopulation entraîne des organismes à oeuvrer pour une régulation du commerce canin, notamment au niveau des naissances. D'autres prônent de refuser l'achat d'un chien dans un élevage ou une animalerie afin de favoriser les adoptions d'autant que certains refuges recueillent de nombreux animaux de race abandonnés.

Or, si l'éleveur canin se distingue de l'éleveur courant par la caractéristique sentimentale de l'animal élevé, cet aspect n'empêche pas ce professionnel de suivre l'évolution générale agricole tant au point de vue du type d'exploitation que des conséquences économiques et sociales actuelles sur l'organisation du travail. Étudions les différents aspects dans lesquels s'effectue le travail de l'éleveur canin.

E. Organisation du travail de l'éleveur canin

Commençons par étudier l'organisation du travail de l'éleveur canin en analysant son cadre de travail.

1. Cadre de travail de l'éleveur canin

Si l'implantation géographique de son élevage relève directement des choix tant personnels que stratégiques de l'éleveur, son succès, contrairement aux revendeurs et aux animaliers, est peu soumis aux exigences géographiques. En effet, les revendeurs viendront chercher les chiots quel que soit l'emplacement de l'éleveur, à la seule condition que l'élevage de ces chiots leur convienne. Néanmoins, nous ne nierons pas

que la proximité d'une grande ville correctement desservie par les chemins de fer et les axes routiers, voire même par un aéroport, facilite grandement les échanges entre l'éleveur et les clients à venir (23).

Bien que l'aspect bucolique, malgré l'image d'Epinal associée à l'éleveur, ne soit pas la première caractéristique de ce métier, l'éleveur canin exerce encore habituellement à la campagne. D'ailleurs, installer son élevage à la campagne plutôt qu'en périphérie d'une grande ville semble logique ; les conditions d'exploitation y sont plus favorables, d'autant que la réglementation préconise à l'éleveur canin d'installer ses locaux d'élevage à une certaine distance des habitations voisines afin de ne pas les importuner par le bruit ou l'odeur. Mais le choix de résider à la campagne est souvent influencé par l'envie de l'éleveur d'être proche de la nature.

Cependant, les éleveurs se rapprochent, actuellement, de leur clientèle potentielle, d'autant plus s'ils élèvent une race peu connue du public, ou destinée à la compagnie ainsi qu'à la garde et la défense. Pour augmenter les possibilités de vendre leurs chiots, ils s'installent, alors, à proximité d'une grande ville, après avoir étudié les possibilités offertes par la région. L'enquête Facco/Sofres 2002 révèle, dans le tableau 4, que 57 % des chiens vivent dans des agglomérations de moins de 20 000 habitants contre 62 % fin 1996. Très majoritairement présents en milieu rural ou dans de petites villes, les chiens vivent, donc, principalement à la campagne et sont de moins en moins nombreux en région parisienne où ils ne sont que 9 % à résider. Notons, aussi, que 77 % des acheteurs de chiens résident en maison individuelle, généralement dotée d'un jardin. Néanmoins, seules quelques régions concentrent la majeure partie des clients susceptibles d'acheter un chien. C'est dans la moitié de la région Nord, dans le Bassin parisien, jusqu'à cent kilomètres autour de Paris, en Côte d'Azur et dans l'ouest de la France que se rencontrent les plus forts taux de possession de chiens (5). Nous avons, aussi, constaté que de nombreux éleveurs s'établissent à proximité de l'autoroute du Sud, afin que les habitants des deux plus grandes métropoles françaises (Paris et Lyon) puissent aisément, grâce à cette voie rapide, se déplacer jusqu'à l'élevage.

En fonction de ce principe de l'offre et de la demande, un éleveur parisien vend fréquemment ses chiots plus chers qu'un éleveur de province -jusqu'à un tiers de plus pour un Berger allemand. Or, bien que les temps changent, le milieu rural est toujours peu enclin à dépenser une forte somme pour un chien, sauf peut-être pour un chien de chasse, même s'il possède des qualités et de bonnes origines. Ainsi, proposer à la vente des chiens de luxe en pleine zone rurale est-elle une mauvaise démarche commerciale.. De plus, les provinciaux, moins touchés par les phénomènes de mode des grands centres urbains, n'achètent principalement, que des chiens appartenant aux quinze races les plus connues. Les possibilités de vente d'un chien n'appartenant pas à ces races sont-elles alors réduites pour un éleveur de province.

Avant de s'installer, l'éleveur canin doit envisager la concurrence avec les autres éleveurs et les animaleries de la région. Il répertorie, alors, dans la région, les éleveurs de races très connues et les éleveurs de races rares. Pour la première catégorie, les acquéreurs locaux ont une certaine importance et le cynophile doit faire jouer la concurrence avec les autres éleveurs. Dans le deuxième cas, seule la proximité d'un centre urbain et la facilité d'accès à l'élevage, par une route nationale ou une voie rapide, interviennent.

L'éleveur s'établit généralement dans les anciens corps d'un bâtiment de ferme ou dans une maison campagnarde. Les villages français regorgeant de propriétés inoccupées, le futur éleveur parvient facilement à repérer celles qui se tiennent sur les extérieurs des

agglomérations. Apprendre au maire de cette commune son souhait de s'installer lui procure souvent une aide précieuse, car l'intérêt de ce magistrat est d'attirer des habitants! Lors de son aménagement, le cynophile n'hésite pas à se faire recommander auprès des artisans locaux (électricien, plombier...). Les bons contacts entretenus avec eux seront utiles au quotidien, pour peu qu'un incident survienne : une panne de chaudière en plein hiver met, par exemple, en péril la survie des chiots nouveau-nés (23).

Ainsi, mis à part les éleveurs de chiens de chasse, les éleveurs actuels choisissent-ils leur lieu d'implantation avec beaucoup plus de discernement que leurs prédécesseurs qui s'installaient au « petit bonheur la chance ».

Selon ses possibilités, l'éleveur choisit de s'installer dans un cadre agréable, à la fois pour y vivre et pour y travailler, mais aussi pour impressionner favorablement les clients dès leur arrivée sur l'exploitation.

2. L'exploitation : lieu de travail de l'éleveur.

A l'origine, cette activité canine était un complément substantiel à une exploitation agricole plus importante (voir le paragraphe consacré à l'historique). L'exploitant réalisait une autre production animale (majoritairement des bovins) et, quelquefois une production végétale. Néanmoins, l'installation d'un élevage canin, au sein d'un établissement ayant une autre vocation primaire, nécessite de lourds investissements. Dès lors, la grande majorité des éleveurs de chiens n'accomplit désormais que ce seul type de production agricole.

Etant un élevage hors-sol, la production canine ne nécessite pas une grosse exploitation, bien qu'à l'heure actuelle les éleveurs canins observent une légère augmentation de la taille moyenne de leurs exploitations.

Sauf quelques exceptions, l'éleveur vit aux côtés de ses chiens et donc sur son lieu de travail. Ainsi, de nombreux éleveurs utilisent-ils leur résidence personnelle pour réaliser une production canine. Il n'est alors pas rare d'observer des chiens, généralement de petite taille, gambader entre les différentes pièces de la maison.

L'éleveur doit tenir son exploitation éloignée d'une certaine distance de toute habitation. Cette distance est fonction du nombre de chiens que constitue le cheptel. Trois catégories d'installations en élevage canin sont, alors, déterminées (23) :

- Les installations non classées : l'éleveur compte dans ces locaux moins de dix chiens sevrés simultanément. Ces établissements doivent répondre à certaines normes d'hygiène, d'isolement phonique, être tempérés et inclure une pièce réservée à la quarantaine
- Les installations classées soumises au régime de la déclaration : elles possèdent entre dix et cinquante chiens sevrés simultanément. L'éleveur doit, dans ce cas, s'établir à plus de 100 mètres de toute habitation. Les autres obligations minimales prises par arrêté préfectoral sont décrites dans le tableau 5
- Les installations classées soumises au régime de l'autorisation : elles comprennent plus de cinquante chiens sevrés simultanément. La distance qui sépare l'élevage de toute habitation passe à 4 km. Les autres obligations sont identiques à celles des autres établissements classés

L'exploitation de l'éleveur canin est constituée principalement d'un chenil comportant plusieurs boxes d'habitation.

Tableau 4 - Les lieux de vie des chiens en France - Source Facco/Sofres 2002 (5).

Lieux	Pourcentage de chiens
Ruraux	37 %
2 000 à 20 000 habitants	20 %
20 100 à 100 000 habitants	12 %
> 100 000 habitants	22 %
Agglomération parisienne	9 %

Tableau 5 - Principales prescriptions réglementaires concernant un box d'élevage de chiens - Arrêté du 25 octobre 1982 et du 2 juin 1975 (34).

Volume	2 à 10 m ³ par chien selon la taille
Clôture	Hauteur minimale située à 2 m du sol
Niche	Protégée contre les intempéries ou abri étanche
Température	Minimum 15°C en hiver
Sol	En dur, avec une pente suffisante pour l'évacuation des liquides
Courette	Si l'abri n'est constitué que par une niche et que le sol n'est pas imperméabilisé, il est exigé une surface minimale de 2 m ² en matière dure et imperméable ou en caillebotis devant celle-ci.

La construction du chenil peut devenir onéreuse pour l'éleveur puisque des normes strictes doivent être respectées (voir le tableau 5). L'éleveur obtient tous ces renseignements sur la réglementation en vigueur auprès de la Direction des Services Vétérinaires sise à la Préfecture de son département.

En conformité avec la législation, l'éleveur conçoit les bâtiments, l'espace et les équipements selon l'optique optimale du bien-être des chiens et d'une meilleure organisation du travail. Ainsi, surélève-t-il les boxes pour qu'une légère pente permette à l'eau de s'écouler afin de lui faire gagner un temps précieux. De même, une palette en bois, posée à plat dans le box, maintient un couchage toujours sec pour le chien. Afin d'optimiser son activité, cet exploitant groupe les boxes en fonction des catégories de chiens : reproducteurs, jeunes sous la mère, c'est-à-dire non sevrés, jeunes au sevrage, adultes au repos...

Le producteur canin n'oublie pas de concevoir suffisamment d'espace afin de permettre aux chiens de s'ébattre. Aussi, n'est-il pas rare que des éleveurs possèdent des exploitations de 800 m² de cour ou de 2 hectares de pré afin de permettre aux chiens de se défouler ainsi que des abris sur mesure.

L'éleveur canin installe autour du chenil plusieurs pièces, comme une maternité, une infirmerie, un lieu de stockage de nourriture ... et un bureau de vente. En y accueillant les éventuels acheteurs, l'éleveur apporte par ce lieu un plus grand professionnalisme à son exploitation.

En concevant son élevage, ce professionnel doit prévoir la possibilité d'une extension de l'exploitation. En effet, les futurs boxes, comme les anciens, ne devront pas se trouver à moins de 100 m de toute habitation. Ultérieurement, si l'activité devient plus importante, la construction d'une chambre permettra à ce responsable de loger un employé ou un stagiaire pour lui faciliter le travail quotidien.

Lors de cette étude, nous avons appris que des éleveurs ne possèdent pas un seul chien chez eux ou très peu. Ceux-ci placent leurs chiens chez des particuliers, sous forme de métayage. Cette solution évite toute promiscuité et résoud, ainsi, certaines difficultés (maladies et manque de sociabilisation en cas de surpopulation). Ces éleveurs évitent, aussi, de construire des locaux appropriés et d'embaucher du personnel pour prendre soin des animaux. Ils gèrent les saillies à l'aide d'un système informatique en fonction des périodes de chaleur des femelles, des naissances, voire des ventes... Etant donné que le véritable métier d'éleveur réside dans cette activité, nous nous interrogeons si nous n'allons pas assister, dans le futur, à une dichotomie de cette profession entre éleveur-sélectionneur au sens-strict et ouvrier de chenil (23).

3. Matériel utilisé par l'éleveur dans le cadre de son activité

Des gamelles différentes en aluminium lui permettent de nourrir et d'hydrater ses chiens. Une remorque ou une brouette, où il entasse les croquettes d'un côté et les médicaments de l'autre, lui diminue le nombre de passages à effectuer (15).

Pour nettoyer, notamment les boxes d'élevage, l'éleveur utilise un jet d'eau, un balai brosse, une pelle, des serpillières, une éponge ainsi que des produits ménagers courants comme l'eau de Javel ou des désinfectants. Un nettoyeur haute pression type Karscher lui facilite ce type de travail. Puis, il enlève le maximum d'eau grâce à l'action conjuguée d'une raclette et de la faible pente du sol. Cet exploitant doit prévoir une forte consommation de sacs poubelles et de journaux pour les litières.

Un tableau permet à l'éleveur de repérer d'un seul coup d'œil les chiens nécessitant des soins particuliers et de donner des instructions à son ou ses employés (15).

Bien qu'aucune tenue vestimentaire ne soit recommandée pour l'exercice de ce métier, la plupart des éleveurs portent des vêtements imperméables, notamment en cas de pluie, et des bottes. Ce professionnel enfile des vêtements propres, pour recevoir la clientèle et lui faire bonne impression.

Plus tard, l'éleveur peut envisager d'autres frais d'équipements, notamment s'il participe aux concours de travail ou à des expositions ; le cynophile complètera son exploitation en équipant une petite fourgonnette, une camionnette ou une voiture break pour transporter les animaux. Cependant, de tels investissements restent onéreux.

4. Main d'œuvre et personnel

Comme la plupart des autres responsables de production animale, la majorité des éleveurs de chiens fait appel à une main-d'œuvre familiale.

Néanmoins, un éleveur prenant en charge son élevage seul ou en couple ne peut s'occuper que d'un nombre limité de chiens. C'est pourquoi le personnel salarié n'est présent que dans les grands élevages ou dans les structures diversifiant les activités (éleveur exerçant aussi la garde des chiens, l'éducation canine, le handling ou bien le toilettage). S'entourer d'un personnel capable d'assurer l'entretien du chenil et de le décharger des tâches de l'exploitation semble, dans ces cas, opportun pour l'éleveur (15).

Ainsi, un élevage important comportant 150 reproducteurs et leurs petits nécessite le travail de deux personnes. L'une prend en charge les adultes, leur alimentation, leurs soins quotidiens, leur toilettage et l'entretien des chenils. L'autre gère les saillies, assume la responsabilité des chiots, de leur naissance à leur sevrage, et les suit administrativement (demandes d'inscription auprès de la SCC, déclarations de naissances.) Ce poste important de l'exploitation est confié à une personne méticuleuse et dévouée car les chiots demandent une attention constante, et il est impensable d'exercer une telle responsabilité de manière mécanique. Pour cette raison, la plupart des éleveurs se réservent cette activité et embauchent un ouvrier de chenil pour les tâches restantes. Par contre les gérants d'élevages moins ambitieux réalisent l'ensemble du travail sur l'exploitation tout en prévoyant l'aide d'un apprenti pour les seconder sur ces deux postes (23). Certains ouvriers de chenil, particulièrement doués, participent à la gestion commerciale et financière de l'exploitation. En résumé, dans les grosses structures, l'éleveur devient, en quelque sorte, le contremaître de l'exploitation canine ; il assure la direction technique d'un ou plusieurs « ateliers du chenil », en organise le travail et encadre le personnel de ces différents « ateliers canins ».

Aucune règle ne régit cette main-d'œuvre (23) ni son recrutement. Néanmoins, l'ouvrier de chenil est rémunéré au SMIC. Logé et nourri, il reçoit 458 euros par mois de travail ; certains stagiaires peuvent être embauchés en contrat d'apprentissage ou de qualification et gagner entre 351 et 656 euros par mois (15). L'employé prend sa retraite à l'âge de 65 ans. Comme tout salarié, il est soumis aux lois du Code du Travail et aux règles édictées dans son contrat. Il s'engage, dans son contrat, à bien traiter les animaux. Pour travailler comme ouvrier de chenil aucun niveau scolaire n'est, en principe, exigé ; *a fortiori* encore moins de diplômes. D'ailleurs, quelle que soit l'espèce animale, aucune école n'assure, en France, une formation de soigneur-animalier. Il suffit, juste,

d'avoir 16 ans et de savoir aborder un chien. La formation s'effectue généralement par la pratique au contact de l'éleveur canin.

Cependant, nous observons que les éleveurs-employeurs canins prisent de plus en plus des possesseurs de BEPA canin. Ces diplômés, ayant déjà eu une formation canine, sont presque opérationnels tout de suite, d'autant que la plupart ont été stagiaire dans des élevages canins durant leur scolarité.

A l'instar des groupements de producteurs agricoles, les éleveurs canins pourront dans le futur, mettre en oeuvre de nouvelles formes d'organisation.

5. La clientèle.

L'éleveur est, quoi qu'on en pense, responsable d'une entreprise qui doit générer du profit. Pour être à la hauteur de ses ambitions, il analyse constamment les besoins de la clientèle et concentre ses efforts sur leur demande (23).

Même si sa clientèle se compose en grande partie de revendeurs, c'est aux futurs propriétaires que l'éleveur répond, car ces animaleries ne sont qu'un relais focalisant la réalité de cette demande. Les animaleries s'installent en priorité, soit au centre des grandes villes en qualité de boutique de luxe où elles privilégient le service (souvent le toilettage et un peu de pension), soit en périphérie des agglomérations dans de grandes surfaces où l'on trouve un éventail d'espèces plus large et un important choix de produits complémentaires. S'adressant à des citadins, elles recherchent surtout des chiens de petite taille. Cependant, un éleveur de chiens de grande taille ne doit pas désespérer; le travail de recherche de la clientèle est peut-être plus long, mais la concurrence moins sévère (23).

Les chaînes sont devenues exigeantes avec les éleveurs, car leur image de marque repose sur la qualité des animaux qu'elles commercialisent. Afin de mieux gérer la période de transit qu'elles leur imposent dans leurs magasins, la plupart soumettent, aujourd'hui, l'éleveur à un cahier des charges qui souvent correspond à un calendrier quotidien des soins à porter aux animaux. L'éleveur se doit de répertorier leurs exigences et leurs tarifs ainsi que d'analyser la qualité de leurs services à son égard. Des partenariats sont possibles à mettre en place avec ces chaînes car elles sont en quête constante d'éleveurs susceptibles de travailler pour elles (23).

L'éleveur répond à la demande de la clientèle par le choix de la race qu'il élève.

6. Races élevées

Choisir un type de chiens à produire est ardu car, si l'éleveur ne travaille qu'avec une seule espèce, *Canis familiaris* (chien domestique), cette dernière est divisée en un grand nombre de races, elles-mêmes parfois subdivisées en variétés (54). La Fédération Cynologique Internationale (FCI) concède, aujourd'hui, à travers le monde 347 races, automatiquement reconnues par la SCC (59). Le berger blanc américain, sélectionné depuis une vingtaine d'années dans plusieurs pays d'Europe, est devenu le 1^{er} janvier 2003, la 347^e race officiellement reconnue par la FCI mais sous l'appellation de Berger blanc suisse. Dès lors, 421 races et variétés de chiens sont-elles officiellement reconnues en France. Certaines sont très populaires, d'autres très rares.

Or, commercialiser telle race répond généralement à un vif intérêt du cynophile pour celle-ci et à une curiosité de longue date, nourrie de réelles compétences acquises au fil

des années, tant par la lecture d'ouvrages scientifiques que par une patiente observation de l'animal (23). D'ailleurs, longtemps les producteurs canins ont choisi d'élever les races pour lesquelles ils avaient eu le « coup de foudre. » Ainsi, un amoureux de la chasse élevait habituellement des chiens d'arrêt (Setter, Épagneul, Braque...) ou des retrievers (Labrador retriever, Golden retriever...) Les races de chien les plus produites par les éleveurs sont, alors, indiquées par le nombre de chiots déclarés à la SCC via l'intermédiaire du LOF. Ces races sont listées dans le tableau 6

Avec 175 629 sujets inscrits au LOF, en 2003, soit 8 % de plus que l'an passé (162 587 pour l'année 2002 et 163 245 pour l'année 2001), le nombre de naissances de chiens de race dans l'Hexagone a obtenu son meilleur score depuis la création de la SCC, d'autant que 38 sujets de plus figurent pour l'instant au Livre d'attente 2003. Ce résultat confirme une plus forte sensibilité des Français pour les chiens de race.

Parmi les vingt premières races du classement, répertorié dans le tableau 6, les changements sont faibles par rapport à l'année précédente. Le Berger allemand (11 727 inscriptions en 2003 en légère progression par rapport aux 11 484 inscriptions en 2002) reste très largement en tête du nombre de naissances enregistrées par la SCC, suivi du Labrador retriever (8 740 en 2003 contre 9 059 en 2002), du Golden retriever (7 587 en 2003 contre 6 363 en 2002) et du Rottweiler (6 185 en 2003), même si l'on constate une baisse de leurs effectifs. Remarquons que ce classement ne varie guère, d'un pays à l'autre, voire d'un continent à l'autre. Les éleveurs américains ont enregistré, dans le livre des origines de l'AKC, au cours de l'année 2002, 958 503 naissances appartenant sensiblement aux mêmes races de tête de classement. Nous y retrouvons le Labrador retriever (154 616 inscriptions en 2002), suivi du Golden retriever (56 124), du Berger allemand (46 963). Viennent ensuite le Beagle (44 610), le Teckel (42 571), le Yorkshire terrier, le Boxer, le Caniche, le Chihuahua et le Shih tzu. Le tableau 7 nous indique les trois races de chiens ayant eu le plus de naissances, dans chaque groupe canin, pour l'année 2002, en France.

Ces inscriptions au LOF nous permettent de tirer quelques enseignements. D'une part, l'évolution de ces chiffres permet d'anticiper les grandes tendances de demain en matière de production canine, tout en sachant que les dix races les plus produites ne varient guère d'une année à l'autre (47).

Cependant, de nos jours, la décision de travailler avec telle race n'est pas aussi simple, car même si une race particulière l'a poussé à devenir éleveur, la raison l'incite à élever une race en fonction de l'existence d'un marché pour ce type de chien, des possibilités d'y pénétrer et de la pérennisation de son exploitation grâce à cette race. En effet, même si l'éleveur connaît mieux voire préfère travailler avec telle race, rien ne présage que les chiots de cette race trouvent preneur. Le choix de la race canine à élever est donc très important.

Ainsi, même si le terme est peu apprécié dans le milieu cynophile, le producteur canin trouve-t-il intérêt à raisonner en termes commerciaux. Dès lors, loin des considérations affectives originelles de l'élevage canin, l'éleveur étudie le marché du chien. Il détermine son choix en étudiant la demande actuelle des acquéreurs et son éventuelle évolution, d'autant que l'élevage au coup par coup est impossible.

Pour déterminer la demande, l'éleveur peut se reporter sur l'enquête Facco/Sofres 2002, et notamment au tableau 8 classant les dix races de chiens les plus répandues en France. Par ce tableau, les Français indiquent une préférence en diminution pour les Caniches et une prédilection en hausse pour les Labradors (5). Notons qu'en 1988, l'INSEE dévoila

dans une étude intitulée « Trois aspects de mode de vie », que les Français privilégiaient en tête la race du Berger allemand avec une intention de 12 %, puis le Caniche (8 %), l'Epagneul breton (6 %), le Teckel et le Setter (4 %), puis, à égalité, le Yorkshire terrier, le Cocker, le Fox terrier, le Griffon et le Boxer (3 %) (23). Ainsi, bien que cette étude soit basée sur des pourcentages d'intention et non sur des pourcentages de possession comme l'enquête Facco/Sofres 2002, l'éleveur peut noter que, même si la mode évolue en matière de chiens comme pour d'autres sujets, certaines orientations persistent longtemps.

L'éleveur parvient, aussi, à déterminer le type de races recherché par le public, en consultant les demandes de chiots reçus à la SCC, via son Bureau d'information sur les chiots disponibles, bien que ces demandes ne représentent que 17 % de la production. Le tableau 9 classant de manière décroissante les demandes de chiots enregistrées par la SCC en 2001 et le tableau 10 indiquant les races pour lesquelles les demandes reçues par la SCC sont supérieures au nombre de naissances nous permettent de tirer quelques conclusions. Comme nous l'avons constaté dans l'évolution historique de cette profession, la demande porte en priorité sur des races pures, en englobant de plus en plus les races de petite taille ou de taille moyenne, tels le Caniche, le Yorkshire terrier, le Westie, le Bichon maltais, le Shi Tsu, le Lhasa avec une exception pour le Berger allemand, race pour laquelle les Français ont traditionnellement une grande affection. Notons que l'estime pour le Cocker revire à la hausse. Cependant, si, des surprises peuvent apparaître avec une année la révélation d'une race, mettant ainsi en valeur la diversité des races canines, nous assistons plutôt chaque année à une confirmation des places de "leadership" occupées par certains chiens (23).

Cependant, l'éleveur ne doit pas prendre de telles données pour argent comptant. En effet, les critères d'achat sur telle race canine dépendent de la propre personnalité du futur maître, des choix utilitaires faits pour le futur chien (compagnon, gardien, chasseur ...), du goût esthétique du propriétaire, de l'influence de la publicité ou de la mode, ou, tout simplement de critères pratiques (encombrement, entretien facile avec recherche d'un chien à poils courts ...) Ainsi, en ville, la demande pour un petit chien prenant peu de place dans l'appartement est-elle forcément plus forte, et ce n'est qu'à des habitants de maison individuelle que l'éleveur a le plus de chance de vendre un chien de grande taille. Cette demande pour des chiens de grande taille est, d'ailleurs, de plus en plus importante (23). De plus, il sait pertinemment que la résolution d'achat ou la volonté délibérée de ne pas posséder un chien est parfois anéantie en peu de temps par un simple coup de foudre pour une petite pelote de poils.

Nous déconseillons, alors, au jeune éleveur de débiter par une race à la mode ; comme toutes les modes, cette dernière n'a qu'un temps puisqu'une race est à la mode lorsque les acquéreurs la réclame à cor et à cri. Or, dans ce système commercial, l'instant où la demande dépasse l'offre est brève ; c'est pourquoi, le marché d'une race à la mode se trouve rapidement saturé. En effet, deux paramètres sont à prendre en compte : primo, la gestation d'une lice dure environ deux mois (entre 58 et 63 jours) ; secundo, la première reproduction d'une chienne ne peut débiter qu'à l'âge de douze mois pour une petite race, voire dix-huit mois pour une grande race. Ces deux critères obligent l'éleveur à n'engager des choix que sur du moyen ou du long terme. Il est, donc, souvent trop tard pour que le producteur canin prenne la mode « en marche. » De plus, la forte demande augmentant le prix de vente des chiots les rend, ainsi, attractifs pour la production ; le marché de cette race peut, alors, rapidement passer de la pénurie à l'abondance, et se retrouver l'année suivante totalement saturée. Or, l'éleveur ne peut se permettre de garder longtemps des chiots invendus car ces derniers coûtent de l'argent et réduisent

Tableau 6 – Evolution du nombre de chiots déclarés au LOF en fonction du type de race de l'année 2001 à l'année 2003 (47)

Nombre de chiots	Race(s)	Année 2001	Année 2002	Année 2003
Plus de 10 000	Berger allemand	11 830	11 484	11 727
de 5 000 à 10 000	Labrador retriever, Golden retriever, Rottweiler, Setter anglais, Épagneul breton.	9 677 6 461 6 381 5 763	9 059 6 363 6 177 5 636 5 604	8 740 7 587 6 185 5 577 5 570
de 2 000 à 5 000	Cavalier King Charles spaniel, American Staffordshire terrier, Yorkshire terrier, English cocker spaniel, Beauceron, Berger belge malinois, Teckel poil dur West Highland white terrier Bouledogue français Boxer Dobermann Bouvier bernois Beagle Shih tzu	4 169 3 486 4 866 4 104 3 907 3 161 4 360 3 021 1 718 2 561 2 110 2 268 2 104	4 518 4 049 4 691 4 481 3 981 3 434 2 648 2 572 2 440 2 411 2 335 2 110 2 268 2 104	5 407 5 161 4 856 4 768 4 019 3 531 3 099 2 999 2 992 2 667 2 568 2 455 2 451 2 186
de 1 000 à 2 000	Caniche, Dogue argentin.	1 653 1 513		1 712 1 686

Tableau 7 – Les trois races de chiens ayant eu le plus de naissances, dans chaque groupe canin, pour l'année 2002 (46)

Groupe 1 : Berger allemand, Berger de Beauce, Malinois.

Groupe 2 : Rottweiler, Boxer, Doberman.

Groupe 3 : Yorkshire, American staffordshire terrier, Westie.

Groupe 4 : Teckel à poil dur.

Groupe 5 : Siberian husky, Spitz, Akita inu.

Groupe 6 : Beagle, Basset fauve de Bretagne, Basset hound.

Groupe 7 : Setter anglais, Epagneul breton, Braque allemand.

Groupe 8 : Labrador, Golden, Cocker spaniel.

Groupe 9 : Cavalier King Charles, Bouledogue français, Shih tzu.

Groupe 10 : Whippet, Barzoï, Lévrier afghan.

donc ses bénéficiaires. Et même si l'éleveur décide d'élever une race rare devenant à la mode, comme dernièrement les chiens nordiques, il n'évitera la concurrence que dans les premiers temps de la production ; les modes étant généralement fugaces, il prend un grand risque de baser uniquement son élevage sur ce type de chiens. En fait, seuls les éleveurs qui ont produit soit par passion, soit par intuition, une race, avant qu'elle ne soit en vogue, bénéficient réellement de l'effet de mode.

Certains producteurs canins essaient de devancer la mode. Ils choisissent, alors, d'élever des races prometteuses, pleines de qualités, peu connues du public, et dont les effectifs au LOF progressent régulièrement depuis plusieurs années. Ce dernier critère est certainement le gage d'avenir le plus certain. L'éleveur peut aussi déterminer cette future tendance d'achats de chien en se documentant sur l'évolution des marchés canins des autres nations, notamment des pays anglo-saxons. Souvent, après un temps de latence, des races en vogue dans ces pays (Bobtail, Yorkshire terrier, et, aujourd'hui Golden retriever, Rottweiler, Staffordshire bull terrier confondu souvent avec le Pitbull), se sont retrouvés quelques années plus tard à la mode dans l'hexagone. Néanmoins, l'éleveur ne doit pas se polariser sur de telles statistiques, car les goûts esthétiques ou utilitaires ne sont pas les mêmes dans tous les pays. Ainsi, des races ayant eu un grand succès dans ces nations, comme le Lévrier afghan, l'Américain cocker spaniel ou le Bull-terrier, n'ont pas eu l'engouement escompté en France.

Notons que l'ancien engouement pour les chiens de garde et de défense est toujours en vogue et risque de perdurer par le sentiment d'insécurité qui règne actuellement dans le monde. Ainsi, certains pensaient qu'avec la loi du 6 janvier 1999 sur les chiens dangereux, les races appartenant à la 1^{ère} ou à la 2^{ème} catégorie n'avaient plus d'avenir et qu'elles étaient vouées à disparaître ou tout au moins à s'affaiblir. Or, cette loi n'a pas refroidi les acquéreurs, si bien que les éleveurs produisent de plus en plus de molosses.

Le tableau 6, relatant l'évolution du nombre de chiots déclarés au LOF entre 2001 à 2003, indique non seulement que l'Américain Staffordshire terrier, race pourtant décriée que certains ont même voulu faire disparaître, est toujours présent en cynophilie, mais aussi que ses inscriptions progressent de 27,5 % entre 2002 et 2003, passant de 4 049 à 5 161 inscriptions. L'autre exemple flagrant est celui du Cane corso dont les inscriptions au LOF ont augmenté en un an de plus de 50 %, l'amenant à la vingt-deuxième place ! Vraisemblablement, les propriétaires, davantage sensibilisés par la loi de janvier 1999, se tournent-ils plus facilement vers le chien de pure race. Même si la confirmation n'est pas leur but essentiel, celle-ci les assure de posséder un chien n'appartenant pas à la première catégorie, et d'en éviter les contraintes. De plus, la qualité du chien est un critère auquel ces propriétaires sont, semble-t-il, de plus en plus sensibles (47).

Cette tendance concernant la production et la vente de races de type dogue, bull et molossoïde risque d'être modifiée avec l'interdiction effective de coupes d'oreilles (otectomie) depuis le 1^{er} mai 2004, suite à la ratification de la Convention du Conseil de l'Europe pour la protection des animaux de compagnie. Certaines de ces races vont perdre de leur charisme avec l'interdiction de la coupe d'oreilles. Dès lors, les éleveurs des races concernées redoutent fortement que, pendant un temps, certains propriétaires, comme ceux qui cherchent un chien de garde, se tournent vers d'autres races à oreilles naturelles. Notons que la coupe de queue doit faire l'objet d'une dérogation en ce qui concerne son interdiction (47).

Tableau 8 - Le classement des dix races de chiens les plus répandues - Source Facco/Sofres 2002 (5).

Rang de classement	Races	Pourcentage de foyers possesseurs hors « bâtards »
1	Caniche	10,6 %
2	Labrador retriever	7,4 %
3	Epagneul breton	6,0 %
4	Yorkshire terrier	5,6 %
5	Berger allemand	4,7 %
6	Autres Bergers	3,6 %
7	Bichon	3,4 %
8	Cocker	2,6 %
9	Fox terrier	2,2 %
10	Griffons/ Boxer	2,1 %

Tableau 9 - Classement des demandes de chiots enregistrées par la SCC en 2001 (33).

Demande décroissante de chiots	Race canine
1	Yorkshire terrier
2	Caniche
3	Golden retriever
4	Labrador retriever
5	West Highland white terrier
6	Bouledogue français
7	Boxer
8	Cavalier King Charles
9	Jack russel terrier
10	Berger allemand
11	Rottweiler
12	Teckel

Remarque : En 2001, les demandes de Golden retrievers auprès de la SCC ont été plus nombreuses que celles de Labrador retrievers.

Par contre, l'engouement pour les races canines à longs poils diminue. Cette baisse réside certainement dans le manque de temps qu'ont les maîtres pour entretenir le pelage. D'ailleurs, nos contemporains préfèrent les races au physique peu sophistiqué (pelage peu développé permettant un entretien peu contraignant, et taille moyenne) associé à un bon équilibre psychique. Cependant, une nouvelle tendance se dessine à l'heure actuelle, avec un engouement pour des races importées souvent inconnues, ayant un faible effectif en France ou n'ayant jamais été introduites ; seules un peu plus de 200 races sur les 347 reconnues, sont actuellement présentes en France. Les éleveurs peuvent, alors, exploiter cette demande puisque élever de telles races rares évite une trop grande concurrence, même si chacun présente son chien comme étant le plus extraordinaire. L'autre avantage de la situation réside dans la possibilité d'obtenir facilement, faute de concurrence, un palmarès d'exposition intéressant ; l'éleveur est, alors, rapidement considéré comme un spécialiste cynophile même si subsiste l'inconvénient de se retrouver seul à faire la promotion de cette race rare. De plus, l'espace de temps, où le public entend parler d'une nouvelle race et où ce type de chien s'implante vraiment, se raccourcit, même si, actuellement, une décennie est à envisager. Or, il suffit qu'un media présente ce chien pour que cette race rare devienne rapidement à la mode. La rareté de cette race risque, alors, de décliner, entraînant une chute d'enthousiasme à son égard.

Aussi, est-il préférable pour le jeune éleveur de débiter avec une race de valeur sûre. Elever une telle race permet au producteur de ne pas prendre trop de risques commerciaux. Cependant, la concurrence pour la vente de ces chiens étant importante, l'éleveur doit être performant.

Le futur éleveur doit, aussi, prendre en compte ses possibilités financières et temporelles avant d'effectuer son choix de race. Il estime les charges liées à l'élevage de cette race, ainsi que le prix de vente qu'il peut exiger. En effet, toutes les races canines n'entraînent pas les mêmes dépenses ; selon la taille des chiens, les rations alimentaires sont plus ou moins importantes. Si l'éleveur produit, par exemple, une race à robe raffinée telle le Bichon maltais ou le Yorkshire terrier, des frais, imputables à un complément alimentaire à base de minéraux et de vitamines, sont nécessaires pour favoriser la santé et la beauté du poil de ces chiens. L'éleveur doit, aussi, tenir compte des bains et des brossages indispensables à l'entretien de telles races. Bien que ces actes soient à la portée de tous et peu onéreux, ils exigent un investissement en temps. En effet, l'éleveur peut difficilement se décharger sur un professionnel de l'entretien canin, car il devrait fréquenter le salon de toilettage chaque semaine. Tous ces coups de brosse risquent, à long terme, de transformer son activité en bagne, d'autant que ce métier, par son emploi du temps et ses horaires de travail, est déjà très prenant.

7. Emploi du temps et horaires de travail

L'entretien des chiens oblige l'éleveur à se lever de bonne heure, tous les matins sans exception. Il débute ses journées en même temps que les chiots, c'est-à-dire vers 6 heures du matin, afin de les nourrir, de les nettoyer et de changer les litières. A midi, il faut recommencer ces opérations de nettoyage et d'alimentation. Le seul moment de repos existe entre 14 heures et 16 heures ; cette période est souvent consacrée à la sieste.

En aucun cas, l'éleveur ne peut envisager de travailler 35 heures par semaine. Sa présence doit être effective jour et nuit, c'est-à-dire 24 heures sur 24, notamment pendant la période de gestation et lors des surveillances de mise bas. Souvent, les éleveurs résolvent cette obligation de surveillance en hébergeant dans leur propre

Tableau 10 - Races pour lesquelles les demandes reçues par la SCC sont supérieures au nombre de naissances

Races	Demandes	Inscriptions provisoires au LOF
Bull terrier	752	410
Pinscher	474	464
Shiba-inu	126	94
Norwich terrier	55	26
Spitz-loup	45	26
Irish terrier	36	23
Bichon bolonais	34	9
Norfolk terrier	29	2
Berger belge brabançon	25	15
Parson Russel terrier	25	10
Chien loup de Saarloos	25	1
Manchester terrier	25	8
Australian terrier	21	18
Dandie dinmont terrier	11	5
Grand münsterlander	10	1
Clumber spaniel	7	4
Elkhound	3	1

Tableau 11 - Prix moyens de quelques chiots de race âgés de deux mois

Races	Prix en euros
Berger des Pyrénées	160
Berger allemand, Fox terrier, Epagneul breton	690
Labrador retriever, Yorkshire terrier, Westie	915
Cocker américain, Caniche toy, Saint-bernard, Dogue argentin.	1 220
Chihuahua, Bouledogue français	1 550
Shar-peï bleu ou chocolat	1 830
Mâtin de Naples	2 750

chambre à coucher non seulement les parturientes mais, aussi, les chiots durant leur premier mois de vie afin d'être présents en cas de problème. De plus, les week-ends n'existent pas dans cette profession, car ce moment de la semaine est, généralement, le plus actif pour l'éleveur. Les futurs acquéreurs utilisent cette période de la semaine, où ils sont disponibles, pour visiter les élevages en vue d'une acquisition. Notons que les concours sont, eux-aussi, organisés en fin de semaine. Ainsi, le point négatif le plus souvent évoqué pour cette profession est-il cette absence de temps libre même si les chiens consolent rapidement l'éleveur de sa frustration.

De nombreux responsables d'exploitation résolvent cette difficulté en embauchant des stagiaires ou des apprentis.

Le nettoyage quotidien des boxes apparaît parfois comme une activité routinière et peu exaltante, d'autant moins motivante que les revenus engendrés par ce métier sont modestes.

8. Revenus

Comme nous l'avons remarqué précédemment, cette activité, en raison du faible nombre de gros élevages canins professionnels, possède peu d'emplois de salariés.

La récession économique et sociale a frappé les éleveurs canins, au même titre que ses confrères agricoles, avec cependant quelques années de retard. Le revenu des éleveurs s'est dégradé et est inférieur au revenu moyen des agriculteurs. En conséquence, un début de cessation d'activité d'un certain nombre de producteurs n'augure rien de positif pour la profession.

Le salaire de l'éleveur découlant de la vente de ses chiots, il doit cerner, au préalable, les intentions d'achat des futurs propriétaires.

a. Intentions d'achat des futurs propriétaires.

En premier lieu, notons que le revenu du futur propriétaire intervient peu dans l'intention ou non d'acquérir un chien ; en effet, 34,9 % des Français ayant un salaire mensuel supérieur ou égal à 3 050 euros possèdent au moins un chien, tout comme 31,2 % de ceux qui gagnent l'autre extrême des revenus mensuels, c'est-à-dire moins de 534 euros par mois. Ce fait correspond au caractère exceptionnel de l'acquisition d'un animal, qui contrairement aux biens d'équipement ou de loisirs, se renouvelle peu. Cependant, seuls 51 % des chiens sont achetés. Beaucoup de chiens sont offerts lorsque le revenu du ménage est faible. C'est ainsi que les bâtards se retrouvent surtout auprès des foyers modestes et les chiens de race sont eux achetés à 93 % par des familles plus aisées (23).

S'il est usuel de vendre les chiots à l'âge de deux mois, l'éleveur doit pouvoir en fixer un prix de vente adéquat

b. Prix de vente d'un chien.

Contrairement aux animaux de rente (bovins, ovins, caprins), le marché du chien n'a pas un cours des prix fixé ; les prix de vente des chiots ne sont pas définis. La variabilité des races canines et les origines diverses entraînent, alors, une large gamme de prix. Chaque race a un prix... Le tableau 11 nous indique le prix moyen de quelques chiots de race à l'âge de 2 mois.

Néanmoins, il existe des tendances fixes de prix. L'éleveur fixe le prix de vente de ses chiots en fonction de la notoriété de la race élevée ou de sa rareté (plus un chien est rare, plus il est cher, surtout quand peu d'éleveurs produit la race), de la demande de la race liée à la mode ou en fonction des origines du chien (inscription de l'animal au LOF, sélection des reproducteurs, parents champions ou non, frais de saillie). Certaines charges augmentent le prix de vente ; ce sont la nourriture, les frais vétérinaires (soins et traitements antiparasitaires), l'identification obligatoire pour la vente, les vaccinations effectuées, mais aussi, l'entretien du chenil et des surfaces de détente. Le dépistage des tares héréditaires fait, lui aussi, varier le prix de vente d'un éleveur à l'autre. Les éleveurs fixent, ainsi, un prix moyen situé entre 458 et 686 euros pour un chien de petite taille.

Cependant, l'éleveur doit, aussi, prendre en compte la situation de son élevage (plus l'élevage est près d'une grande ville, plus les prix sont élevés), la concurrence éventuelle, sa propre réputation au niveau professionnel ainsi que la destination du chiot vendu, soit pour concourir en exposition, soit pour servir comme simple compagnon. Ainsi, selon l'INSEE, le prix modal (c'est-à-dire le prix qui partage la population des chiens en deux) d'achat d'un chien est de 152 euros. 10 % seulement des acheteurs dépensent plus de 458 euros pour acquérir un chiot (23).

Néanmoins, les éleveurs se revendent entre eux des étalons ou des champions à des prix qui atteignent plus de 3 050 euros. Ces sommes d'exception ne concernent pas le grand public (23).

c. Salaire moyen d'un éleveur canin

Par la vente des chiots nés sur son exploitation, un éleveur canin gagne en général entre 1 100 euros à 2 300 euros par mois environ (37).

Étant donné que nul n'est censé ignorer la loi, chaque éleveur doit se conformer à la législation réglementant sa profession. D'ailleurs, on peut regretter que les Clubs et les Associations de race n'informent pas toujours les éleveurs par rapport aux démarches administratives à effectuer.

9. Législation concernant l'activité de l'éleveur canin

Longtemps caractérisé par une absence de réglementation précise, le métier d'éleveur canin, comme un certain nombre d'autres métiers canins, fait depuis peu l'objet d'une attention particulière de la part des pouvoirs publics. Cette réflexion porte sur les contraintes sanitaires et les conditions de « diplôme » (7). Cependant, l'imbroglio d'articles, d'arrêtés, et de décrets cumulés, parfois presque contradictoires, rend complexe la réglementation qui s'applique aux éleveurs canins (23). Étudions les principaux décrets, arrêtés réglementaires que ce professionnel doit observer ainsi que les contrôles réguliers de gestion ou d'ordre sanitaire auxquels il est soumis.

a. Législation liée à l'exercice du métier au sens strict

a.1 La législation du travail.

L'article 32 de la loi n° 87-39 du 27 janvier 1987, modifiant l'article L.324-10 du Code du Travail stipule : « Est réputé clandestin l'exercice à but lucratif d'une activité de production, de transformation, de réparation ou de prestation de services

ou l'accomplissement d'actes de commerce par toute personne physique ou morale qui s'est soustraite intentionnellement à l'une quelconque des obligations suivantes :

- « *Requérir son immatriculation au Répertoire des Métiers ou au Registre du Commerce et des Sociétés lorsque celle-ci est obligatoire.*
- *Procéder aux déclarations exigées par les organisations de protection sociale et par l'administration fiscale.*

En cas d'emploi de salariés, effectuer au moins l'une des formalités prévues aux articles L.143-3, L.143-5, L.620-1 et L.620-3 du présent Code.

Il en est de même de la poursuite d'une des activités mentionnées au premier alinéa du présent article après refus d'immatriculation au Répertoire des Métiers ou au Registre du Commerce et des Sociétés, ou postérieurement à une radiation ».

a.2 La déclaration d'élevage.

Lorsque l'éleveur veut constituer son exploitation, quelques formalités sont à accomplir. Auparavant, les déclarations obligatoires d'élevage étaient différentes en fonction du nombre de chiens sevrés présents dans le chenil. Nous avons décidé de rappeler ces formalités que devait accomplir l'éleveur, non pas pour exposer un historique de la législation de l'élevage canin, mais parce que l'administration applique encore malencontreusement, dans certains départements, cette réglementation. Ainsi, si le chenil hébergeait :

- moins de 10 chiens sevrés, l'éleveur n'avait pas de démarche à effectuer.
- de dix à cinquante chiens sevrés, l'exploitant devait déclarer son installation auprès du service des installations classées de la Préfecture de son département.
- plus de cinquante chiens sevrés, il devait demander une autorisation auprès du service des installations classées de la Préfecture de son département.

Une enquête publique était effectuée pendant un mois, puis, selon l'avis de l'inspecteur des Installations classées et du Conseil Départemental d'Hygiène, un accord ou un refus était établi sur l'installation du chenil.

Ces démarches n'ont, en principe, plus lieu d'être puisque l'article 10 du décret 91-823 du 28 août 1991 précise que « les responsables des établissements où se pratiquent de façon habituelle l'élevage en vue de la vente, la commercialisation, le toilettage, le transit ou la garde de chiens ou de chats, sont tenus d'adresser, avant le début de leurs activités, une déclaration au Préfet du département dans lequel sont situés les locaux ». Ainsi, la déclaration d'ouverture d'élevage doit-elle toujours être adressée au Préfet, bien qu'en réalité elle aboutisse, par le biais de la Préfecture, à la Direction Départementale des Services vétérinaires (DSV) du département de l'exploitation concernée. Cette déclaration doit s'effectuer quelle que soit l'importance des installations (23). Le service des Installations classées n'intervient que si l'éleveur cynophile le demande. Bien que le classement de l'établissement ne soit obligatoire qu'au-dessus de cinquante chiens, nous conseillons de l'effectuer aussi pour la tranche inférieure. De nombreux services liés à la Préfecture (Direction Départementale de l'Équipement, DDASS, Hygiène...) vont, alors, intervenir.

Lors de cette déclaration obligatoire à la Préfecture, outre le formulaire classique dûment rempli, le cynophile doit fournir un dossier comprenant notamment le plan détaillé de ses installations. Avant de déposer ce dossier d'ouverture, nous conseillons au futur éleveur de prendre rendez-vous avec la DSV dont il dépend afin

d'y vérifier si ses locaux sont conformes. En effet, comme nous l'avons remarqué, les exigences variant d'un département à l'autre, nous jugeons préférable de s'y plier avant tout contrôle (23).

a.3 Permis de construire et réglementation visant la constitution du chenil.

Pour toute création ou agrandissement de bâtiment, il faut un permis de construire. Par contre, le permis de construire du chenil n'est plus du ressort de la Direction Départementale de l'Équipement (DDE), mais de la municipalité où se trouve implantée l'exploitation. Néanmoins, le maire peut, en cas de besoin, saisir ou solliciter l'appui de la DDE.

La réglementation vis-à-vis de la constitution du chenil est assez rigide. L'éleveur doit se conformer à certaines normes pour aménager ses locaux. Le tableau 5 résume les principales mesures à respecter issues de l'arrêté du 25 octobre 1982 et de l'arrêté du 2 juin 1975.

a.4 Législation sur le temps de travail

Cette législation s'applique aux éleveurs employant du personnel. Cependant, de telles petites structures, dont l'exercice quotidien et continu au service des animaux demande compétence et disponibilité, ont des difficultés dans l'application de la législation sur le temps de travail ou loi des 35 heures.

b. Le certificat de capacité

Dorénavant, l'exercice de toute activité liée aux animaux de compagnie d'espèces domestiques nécessite d'être titulaire d'un certificat de capacité (36).

b.1 Les raisons de la création d'un Certificat de capacité

Les personnes exerçant un élevage régulier, c'est-à-dire toutes celles qui élèvent et vendent au moins deux portées par an, commencent à être légalement encadrées. Ainsi, la loi du 6 janvier 1999 les oblige-t-elle à posséder un certificat de capacité (7).

Avant cette loi, de nombreuses personnes non qualifiées s'improvisaient « professionnelles ». Depuis cette loi, toutes les personnes qui exercent une activité commerciale liée aux animaux de compagnie doivent, depuis le mois d'octobre 2001, obtenir un certificat de capacité (56). Ce certificat n'est ni un diplôme, ni un titre, mais plutôt une autorisation à exercer. Cette attestation est délivrée à un individu et non à un établissement (23). Ce document confirme les connaissances de la personne et son aptitude à répondre aux besoins comportementaux, biologiques et physiologiques de l'animal (7). L'article L.914-6 (IV,3^{ème}) du Code Rural et plus précisément le décret 2000-1039 du 23 octobre 2000 présentent ce certificat de capacité (36).

L'élevage canin va, ainsi, devenir une profession « fermée », à l'instar de nombreux métiers dont l'exercice est subordonné à l'obtention d'un diplôme reconnu (56). Cependant, l'objectif de ce document étant d'accroître la qualité des élevages en améliorant les connaissances des cynophiles, les éleveurs doivent considérer ce certificat de capacité comme une progression nécessaire à la reconnaissance de leurs capacités : « *Pour que les bons soient reconnus et les mauvais connus...* » (36).

b.2 Modalités du certificat de capacité

Ce certificat est délivré par le Préfet du département du postulant, sur avis de la Direction des services vétérinaires (DSV), après examen par une commission spéciale dépendante du Ministère de l'Environnement, de l'expérience professionnelle de l'intéressé, de sa formation, de ses connaissances et de ses compétences (7-23).

L'arrêté du 1^{er} février 2001, JO numéro 34 du 09 février 2001, notifie les modalités de demande et de délivrance du certificat de capacité.

Pour obtenir ce certificat de capacité, le demandeur doit justifier (56) :

- soit d'une expérience professionnelle d'une durée minimale de trois années d'activité à titre principal dans un ou plusieurs métiers en rapport avec les chiens en tant que responsable ou employé. Les activités concernées sont mentionnées à l'article L.914-6 du Code Rural. L'exercice de cette activité principale depuis au moins trois années peut être continu ou discontinu, salarié ou indépendant. Cette expérience professionnelle doit néanmoins avoir été en rapport avec l'activité pour laquelle le candidat sollicite l'octroi du certificat de capacité par validation des acquis professionnels. Les éleveurs déclarés à la Mutualité sociale agricole (MSA) depuis trois ans se retrouvent dans ce cas ;
- soit d'une expérience relative aux soins et à la protection des animaux d'une durée minimale de trois années, comportant une activité représentant au moins un mi-temps au contact direct avec les animaux au sein d'une fondation ou d'une association de protection des animaux, reconnue d'utilité publique ou affiliée à une œuvre reconnue d'activité publique ;
- soit de la possession, à la suite d'une formation, de certains diplômes d'Etat titre ou certificat toujours en rapport avec un métier canin et défini par un arrêté du Ministre de l'Agriculture en date du 20 juillet 2001 ;
- soit de la connaissance suffisante attestée par le Directeur régional de l'Agriculture et de la Forêt ou par le Directeur de l'Agriculture et de la Forêt pour les départements d'Outre-Mer. Cette évaluation se réalise sous forme d'un examen.

Les modalités de présentation du dossier de demande du certificat de capacité (pièces constituant le dossier) et de sa délivrance (contenu, modalités d'évaluations des connaissances) ainsi que la liste des établissements habilités à participer à cette évaluation sont définies par arrêté du Ministre de l'Agriculture (36).

b.3 Les démarches à suivre pour demander l'obtention le certificat de capacité (36)

Le dossier du certificat de capacité mentionné au 3^oIV de l'article L.914-6 du Code Rural doit être demandé au Préfet du département du lieu où s'exerce l'activité pour laquelle le postulant demande le certificat de capacité et non du lieu d'habitation.

Le dossier de demande comprend :

- les noms, prénoms, et date de naissance du postulant ;
- la copie certifiée conforme de la carte d'identité du demandeur ou de tout autre document reconnu équivalent ;
- l'adresse complète du domicile du postulant, la dénomination et l'adresse précise de l'établissement ou de l'élevage où le postulant exerce son activité ;

- la copie de la déclaration d'activité telle que précisée dans l'article L.914-6 du Code Rural de l'établissement ou de l'élevage concerné ;
- l'un des justificatifs requis pour l'octroi du certificat de capacité et mentionné à l'article 1 du décret du 23 octobre 2000 susvisé ;
- un curriculum vitae permettant notamment d'apprécier l'expérience du postulant s'agissant de l'activité pour laquelle il sollicite le certificat de capacité et le cadre dans lequel il a exercé cette activité. Ce curriculum vitae est accompagné des pièces justifiant les déclarations qui y sont portées. Il faut, par exemple, pour valider une expérience d'au moins trois ans, joindre au dossier administratif les bulletins de paie ou le certificat de travail. Pour ceux qui ont un diplôme, il leur suffit de présenter une photocopie de ce document ;
- une déclaration sur l'honneur de non-condamnation pour infraction aux dispositions législatives et réglementaires afférentes à la protection et à la santé des animaux.

La liste des équivalences n'est pas exhaustive et la Direction Générale de l'Enseignement et de la Recherche demande aux représentants des professionnels du chien de prendre contact avec l'Inspection de l'Enseignement Agricole pour toute proposition.

Enfin, pour les personnes qui n'ont ni expérience ni diplôme, il faut passer une évaluation des connaissances. L'examen d'évaluation des connaissances est organisé sur le modèle du code de la route, avec des photographies et un questionnaire au choix multiple (QCM).

Le candidat choisira trois thèmes parmi les suivants :

- l'élevage des chiens ;
- l'élevage des chats ;
- l'élevage des autres espèces domestiques ;
- l'éducation / le dressage ;
- l'exposition-vente.

Six domaines sont représentés :

- l'alimentation ;
- le comportement ;
- le logement ;
- la réglementation ;
- la reproduction ;
- les soins d'hygiène et de santé.

500 questions ont été élaborées par le bureau FOPCA de la Direction générale de l'enseignement et de la recherche du Ministère de l'Agriculture. Elles ont été revues par diverses personnes afin qu'il y ait le minimum d'ambiguïtés. Le niveau de difficulté des questions posées correspond à un minimum de connaissances requises ; d'ailleurs, elles ne semblent pas poser de problèmes aux personnes modérément impliquées dans la vie cynophile. Nous nous demandons, alors, s'il ne serait pas préférable de poser des questions plus difficiles.

Pendant 1 heure, 30 questions sont posées et 15 bonnes réponses sont nécessaires pour réussir. Pour chaque question, il y a une ou plusieurs bonnes réponses. Il est précisé à chaque question combien de réponses sont attendues. Il faut ensuite valider ses choix, ce qui permet d'avoir un droit à l'erreur « pour réponse trop rapide. » Les résultats sont imprimés sur papier et le candidat en emporte un exemplaire.

Le coût d'inscription à cet examen est d'environ 60 euros. Notons qu'un centre d'examen existe par région.

Ceux qui toutefois échouent peuvent recommencer. A la suite du test, le Directeur régional de l'Agriculture et de la Forêt remet une attestation de connaissances.

c. Législation sanitaire et législation concernant la protection animale

c.1 Législation sanitaire concernant cette activité.

Celle-ci est très bien explicitée par l'article 4 de la loi du 22 décembre 1971. C'est pourquoi, nous avons décidé de citer cet article. Il précise que *« sans préjudice de l'application de dispositions relatives à la police des établissements dangereux, insalubres ou incommodes, les règles sanitaires relatives à l'aménagement et au fonctionnement des établissements spécialisés dans le toilettage, le transit et la vente des chiens et des chats, ainsi que les modalités de contrôle correspondantes, sont arrêtées par le Ministre de l'Agriculture. Ces établissements sont placés sous la surveillance des Services Vétérinaires. En cas d'inobservation de ces règles, ou lorsque des animaux se trouvant dans l'un de ces établissements ne présentent pas des garanties sanitaires suffisantes, le Maire, ou à défaut, le Préfet, sur rapport des Services Vétérinaires, peut prescrire toute mesure nécessaire pour faire cesser les causes d'insalubrité et prononcer l'interdiction de cession des animaux et la fermeture temporaire ou définitive de ces établissements »*.

Si l'éleveur introduit dans son exploitation des chiens en provenance de l'étranger, il doit veiller, selon l'arrêté du 22 janvier 1985, à ce que ces animaux possèdent un certificat de vaccinations tenu à jour (23).

c.2 Les contrôles sanitaires (23)

Tous les éleveurs peuvent voir leur exploitation soumise à des contrôles de la part des agents vétérinaires, tels qu'ils sont définis à l'article 283-1 et 283-3 du Code Rural.

Si, après contrôle, l'élevage s'avère non conforme, l'éleveur peut se voir infliger des prescriptions et des sanctions administratives. Celles-ci sont notifiées par la circulaire n°88-66 du 21 juin 1988. Trois sortes de sanctions sont appliquées :

- une mise en demeure de satisfaire à l'observation des conditions définies dans un délai déterminé ;
- la suspension provisoire du fonctionnement de l'établissement (si, par exemple, la sécurité du public ou la survie des animaux n'est pas assurée) ;
- la fermeture définitive de l'établissement.

Indépendamment de ces sanctions administratives, des poursuites pénales peuvent être engagées à l'encontre d'un exploitant qui ne se conforme pas à la réglementation en vigueur.

Notons que l'insémination artificielle et le dépôt de paillettes de semence sont, eux aussi, réglementés au point de vue sanitaire.

c.3 Législation concernant la protection animale

Les progrès en matière de protection animale se sont manifestés dernièrement par la loi du 6 janvier 1999, par la création des comités départementaux et par la Convention du Conseil de l'Europe relative à la prévention des mauvais traitements aux animaux. L'éleveur doit en tenir compte dans son activité quotidienne.

La loi du 6 janvier 1999 a offert de grandes avancées pour les chiens :

- avec davantage de protection pour l'animal
- le tatouage est obligatoire ;
- les activités d'élevage et de vente de chiens sont réglementées. Remarquons que les activités canines de pension, d'éducation, ou de dressage sont elles aussi réglementées ;
- les formalités pour la cession des chiens sont plus strictes : attestation de cession, informations sur l'animal, certificat vétérinaire de bonne santé ;
- la vente des chiots de moins de 8 semaines est interdite.
- avec davantage de contrôle des activités liées à l'animal
- les agents publics ont accès aux locaux professionnels et aux véhicules de transport d'animaux ; en cas d'urgence, ils peuvent ordonner le retrait des chiens et les confier à une fondation ou une association de protection. Notons aussi que, si les 9 inspecteurs permanents travaillant en région parisienne dans le service « Protection-enquêtes » de la SPA et leur réseau de 1 300 délégués enquêteurs bénévoles, dans toute la France, révèlent surtout des actes de cruauté effectués par des particuliers, ils n'hésitent pas à enquêter et à poursuivre en justice, le cas échéant, des éleveurs indécents pour leur retirer la propriété des chiens ;
- des sanctions plus lourdes pour les actes de cruauté. Les sanctions pour sévices graves ou actes de cruauté sont alourdies : un éleveur indécant peut encourir jusqu'à 2 ans d'emprisonnement et 30 480 euros d'amende.

L'éleveur travaille généralement en concertation avec le comité départemental de protection animale. Ces comités départementaux de protection animale ont été institués par un décret du Ministère de l'Agriculture, publié le 21 février 2002 au Journal Officiel. Ces instances consultatives, présidées par les Préfets, sont prévues pour être « *des lieux d'échanges et de concertation entre l'ensemble des partenaires professionnels, associatifs et les administrations sur tous les problèmes spécifiques ou plus généraux qui peuvent se poser en matière de protection animale à l'échelle du département* »

Il existe un bureau de la protection animale au sein de la sous-direction de la santé et de la protection animale du Ministère de l'Agriculture.

d. Réglementation concernant la détention d'un ou plusieurs animaux (23)

L'éleveur doit se conformer à certaines normes pour aménager ses locaux. Ces normes diffèrent selon le nombre d'individus logés.

La réglementation concernant la détention d'un ou plusieurs animaux est notifiée par l'arrêté interministériel du 25 octobre 1982. Celle-ci informe l'éleveur, comme tout propriétaire de chien, que tout animal tenu à l'attache ou enfermé dans un enclos doit pouvoir accéder en permanence à une niche ou à un abri destiné à le protéger des intempéries. Le cynophile doit mettre à la disposition du chien une nourriture suffisamment équilibrée et abondante ainsi qu'une réserve d'eau fraîche pour le maintenir en bon état de santé.

L'éleveur doit observer des normes de construction pour la niche : cet abri est étanche, protégé des vents et en été de la chaleur. Elle est suffisamment aérée. L'éleveur doit installer une niche sur pieds, en bois ou tout autre matériau isolant, garnie d'une litière en hiver et orientée au sud. En hiver et lors d'intempéries, l'exploitant a pris toutes les dispositions afin que les animaux n'aient pas à souffrir de l'humidité et de la température, notamment pendant les périodes de gel ou de chaleur excessive.

De plus, l'éleveur doit envisager, devant la niche, posée sur la terre ferme, une surface minimale de 2 m² en matériau dur et imperméable ou en caillebotis pour éviter à l'animal de piétiner dans la boue lorsqu'il se tient hors de la niche. Il pourvoit cette surface d'une pente suffisante pour l'évacuation des urines et des eaux pluviales. Il veille à ce que les caillebotis ne puissent blesser les extrémités des pattes des chiens.

Il conçoit un enclos ayant une surface d'au moins 5 m² par chien, fermé par une clôture d'une hauteur minimale de 2 mètres ; le sol doit être en matériau dur. Il n'oublie pas, si le sol est imperméable, de le munir d'une pente pour l'écoulement des liquides. Il doit, aussi, veiller à ce que les surfaces d'ébats des animaux soient suffisamment éclairées.

L'éleveur doit constamment entretenir, désinsectiser et désinfecter convenablement les niches, les enclos et les surfaces d'ébats. Il les maintient impeccablement propres par enlèvement quotidien des excréments.

Quelle que soit la catégorie d'établissements destinés à l'élevage dans laquelle il travaille, l'éleveur a pour obligation de tenir à jour un registre précisant la provenance des chiens se trouvant dans l'établissement et la destination de ceux qui y ont transité : ce sont les registres d'entrée et de sortie.

e. Législation sur la vente des chiens

Une loi a modifié certaines dispositions concernant la vente et la cession des chiens, définies par le Code Rural. Ces modifications concernaient les conditions d'obligation d'identification et les garanties de la vente (48). Apprécions ces deux aspects après avoir étudié les mentions que doit comporter le contrat de vente.

e.1 Le contrat de vente.

Notons que certains utilisent le terme inapproprié de facture d'achat pour ce contrat de vente.

La loi Griotteray du 22 décembre 1971 oblige le vendeur d'un animal domestique à délivrer à l'acheteur une attestation de vente, sur laquelle doivent figurer (59) :

- les coordonnées du vendeur et de l'acheteur,
- l'identité de l'animal (description précise et numéro d'identification),

- le prix payé,
- la date de vente et la date de livraison,
- le nom et les coordonnées du ou des vétérinaires experts en cas de litige (généralement, le vétérinaire du vendeur et de l'acheteur),
- enfin la signature du vendeur et de l'acheteur.

La vente d'un chiot par l'éleveur est un acte important, engageant pour de nombreuses années son client et sa famille. S'agissant « d'un produit vivant et affectif », l'adage « satisfait ou remboursé » ne peut s'appliquer. Mais s'agissant d'un acte commercial, l'acheteur peut réclamer au vendeur de stipuler une clause suspensive au contrat de vente liant le caractère définitif de l'acquisition à l'avis d'un vétérinaire nommément désigné sur le contrat, et ce, dans des délais suffisamment brefs pour ne pas nuire au chiot, ni à l'éleveur en cas de résiliation de la vente. Ce délai de 24 ou 48 heures après la livraison évite au chiot de s'attacher à sa nouvelle famille. C'est pourquoi nous déplorons l'absence de mention de ce contrat de vente dans le texte de loi sur le commerce des animaux de compagnie (25).

L'éleveur offre généralement un document précisant les conditions de vie et de croissance les plus favorables à l'animal. Sur ce chapitre des responsabilités, l'éleveur doit être prudent dans la rédaction de ses fiches de conseils d'élevage ; celles-ci prennent une importance capitale dans la future loi, car ces documents ressemblent parfois à des ordonnances à la limite de l'exercice illégal de la médecine vétérinaire (25).

Le vendeur doit remettre également à l'acheteur la carte d'identification, ainsi qu'un certificat de bonne santé.

e.2 L'obligation d'identification des chiens (23)

Le cynophile est dans l'obligation de faire identifier ses animaux pour :

- les chiens faisant l'objet d'un transfert de propriété à titre onéreux (c'est la vente) sur tout le territoire national à compter du 1^{er} janvier 1992, suite au décret n° 91-823 du 28 août 1991. Cet aspect est explicité par la loi du 22 juin 1989 modifiant le Code Rural dans son article 276. L'article L.214-5 du Code Rural prévoit que tous les chiens préalablement à leur cession, à titre gratuit ou onéreux, doivent pouvoir être identifiés par un procédé agréé par le ministre chargé de l'Agriculture. Les frais inhérents à l'identification sont à la charge de l'ancien propriétaire (le cédant). Il en est de même, en dehors de toute cession, pour les chiens âgés de plus de quatre mois et nés après le 6 janvier 1999 ;
- les chiots inscrits au Livre Généalogique ou LOF par arrêté ministériel du 16 février 1971 et de l'arrêté du 16 juillet 1975 ;
- rappelons-le, tous les carnivores domestiques, dans les départements officiellement déclarés infectés de rage.

Lorsque le chien est vendu, l'éleveur délivre immédiatement la carte attestant de l'identification, au nouveau propriétaire en y portant la mention « vendu » (ou « donné » s'il s'agit d'un don gratuit). Il prévient aussi, dans les 8 jours, du changement de propriétaire, le gestionnaire du fichier dont dépend l'animal, c'est-à-dire la SCC.

Les modalités concernant l'identification par tatouage sont développées dans le paragraphe consacré au métier de tatoueur.

L'éleveur est attentif à ne vendre que des chiots sains, non malades, car il existe des garanties de vente.

e.3 Les garanties de vente

Si ces garanties de vente représentent l'assurance impartiale des intérêts de l'acheteur, (celui-ci ne voit pas tout et ne sait pas tout), elles assurent, aussi, les intérêts de l'éleveur-vendeur.

e.31 *La visite de vente ou d'achat (25)*

Le vétérinaire, de par ses compétences en matière médicale, zootechnique et juridique, et de par son interface entre l'acheteur et l'éleveur-vendeur est le passage obligé lors de la vente d'un chiot. La visite d'achat du chiot permet tout d'abord de confirmer par le vétérinaire les dires de l'éleveur concernant la race de l'animal et la morphologie définitive du futur adulte, de contrôler le tatouage ou l'identification électronique (lisibilité et identité) et la conformité des documents d'élevage remis à l'acheteur par le vendeur (carnet de vaccination, carte d'identification,...), puis de rechercher les signes des éventuelles tares observées dans la race. En effet, l'existence de certaines affections empêche la vente d'un chien par l'éleveur ou, si celle-ci a eu lieu, de provoquer son annulation. C'est la loi sur les vices rédhibitoires.

Même si cette visite d'achat, ou plutôt de vente pour l'éleveur-vendeur, peut paraître superflue à ce dernier, nous pensons qu'elle est susceptible de lui apporter plusieurs avantages :

- une caution et une garantie de son travail par un professionnel neutre, objectif et indépendant. Elle permet, dès lors, éventuellement de rassurer l'acquéreur ;
- les observations consignées lors de cette consultation constituent une protection contre d'éventuelles récriminations injustifiées de l'acheteur, notamment sur le chapitre des défauts morphologiques et vices prétendus héréditaires ou cachés. Elle lui évite, ainsi, de nombreux conflits ultérieurs ;
- une « contre-visite » en cas de conflit vendeur/acheteur. Tant il est vrai, qu'un conflit se résout plus facilement entre des professionnels (vétérinaires) représentant des intérêts qui ne sont pas personnels mais ceux de leurs clients.

La vente des chiots est soumise à la loi du 22 décembre 1971 et au décret du 21 avril 1975, ainsi qu'à la loi Nallet du 22 juin 1989. qui permettent d'intenter une action en nullité de vente lorsque l'éleveur a vendu un chiot en mauvaise santé, et de le mettre personnellement en cause s'il a vendu l'animal en cachant volontairement un trouble. Quatre types de requêtes peuvent lui être demandés.

e.32 *L'arrangement amiable.*

Après avoir été averti par l'acheteur des premiers symptômes d'une maladie, l'éleveur peut proposer une offre amiable en remboursant ou en réduisant le prix du chiot, voire une reprise en échange d'un autre chiot. Il peut aussi exiger que ces symptômes soient constatés par un vétérinaire, et d'en être informé par un courrier recommandé. Un refus de trouver un arrangement avec l'acquéreur peut l'entraîner dans une action judiciaire entamée par le plaignant.

e.33 Le vice rédhibitoire

La loi du 22 juin 1980 et le décret du 28 juin 1990 prévoient une action en garanties pour vices rédhibitoires pouvant annuler la vente effectuée par l'éleveur. Cette annulation est possible en cas de maladie grave : l'animal est atteint ou soupçonné d'être atteint d'une maladie infectieuse ou bien l'animal est porteur d'une tare génétique entraînant une malformation. La loi sur le commerce des animaux de compagnie définit et réfère cette liste de vices rédhibitoires (la maladie de Carré, l'hépatite contagieuse, et la Parvovirose canine pour les maladies infectieuses, la dysplasie coxo-fémorale, l'ectopie testiculaire pour les chiens âgés de plus de 6 mois et l'atrophie rétinienne pour les tares génétiques), ainsi que les délais rigoureux d'action et de garantie. Les critères permettant d'établir un diagnostic de suspicion pour ces vices rédhibitoires sont dressés dans l'arrêté du 2 août 1990.

Le délai de recours lié à un vice rédhibitoire est très bref. Certaines maladies infectieuses comme la Parvovirose (maladie contagieuse et virulente caractérisée par une gastro-entérite hémorragique) doivent être décelées dans un délai de six jours, pour que l'éleveur soit assigné en justice. Passé ce délai, cette voie légale, relativement simple, n'est plus utilisable. La plupart des défauts observent un délai de 15 jours. Encore faut-il établir un certificat les constatant par un vétérinaire dans le délai imparti ! Le recours vis-à-vis des trois tares génétiques n'est possible que sur présentation d'un « diagnostic de suspicion », établi par un vétérinaire, dans un délai de trente jours à compter de la date de livraison de l'animal (48). La loi, en général, stipule de brefs délais « guillotines » pour obliger les différentes parties à ne pas tarder à réagir. C'est pourquoi le législateur n'a pas prévu de prolongation possible, bien que la garantie des vices cachés ne soit prescriptible qu'après 5 ans, mais qu'à partir d'une procédure longue et onéreuse (25). Cependant, tout recours contre le vendeur n'est toutefois pas perdu. L'acquéreur peut encore avoir gain de cause en agissant sur le fondement des dispositions plus générales du Code civil concernant la vente des biens (48).

Si le tribunal donne tort à l'éleveur, il doit, selon le désir de son client, annuler la vente ou rembourser une partie du prix de vente.

e.34 Le vice caché

L'article 1641 du Code civil prévoit une action fondée sur l'existence d'un vice caché si le chien vendu est atteint d'une maladie ne figurant pas sur la liste précédente ou si celle-ci se révèle trop tard. Selon ces textes, le vendeur, donc dans notre cas l'éleveur, se doit de garantir « *les défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine ou qui diminuent tellement cet usage que l'acheteur ne l'aurait pas acquise s'il les avait connus* » (48).

Dès lors, personne ne souhaite acquérir un chien pour le voir souffrir toute la journée.

Certains vices, comme le prognathisme ou d'autres défauts discriminatoires, ne sont pas rédhibitoires mais ils empêchent la confirmation du chien acheté. Les tribunaux admettent que le défaut de confirmation entraîne la responsabilité du vendeur, d'autant plus si le vendeur est un professionnel. Cette sévérité peut aller jusqu'à la résolution de la vente (reprise du chien et remboursement du prix). Cependant, l'éleveur peut se disculper en prouvant que le chiot a été acheté comme chien de compagnie et non comme chien de race ; cette preuve est l'acte de vente où ne figure pas la mention que l'acheteur souhaitait acquérir un chiot de race

De plus, en dépit du bon travail de l'éleveur, certains vices peuvent apparaître après la vente. C'est le cas de l'ectopie testiculaire ; il arrive, en effet, qu'au moment de la vente, à trois mois, le chiot soit bien doté de ses deux testicules et qu'à huit, il n'ait plus qu'un testicule. Plusieurs explications sont avancées, dont celle que le cordon qui retient le testicule ne poursuit pas sa croissance ; le testicule se retrouve, alors, remonté dans le scrotum. Bien que l'éleveur soit de bonne foi, l'acheteur peut intenter une action contre lui. Impossible, dans cette action juridique de plaider l'absence de responsabilité. L'éleveur peut se trouver engagé par l'acheteur dans une procédure judiciaire car l'acquéreur dispose d'un recours fixé par les articles 284 à 294 du Code Rural. Le maître doit, alors, apporter la preuve du vice, de son caractère caché et de son existence avant la vente. Le décret n°90-572 du 28 juin 1990 (cf. annexe) fixe les délais impartis à l'acheteur pour engager une telle action (23).

En modifiant l'article 285 du Code Rural, la loi du 6 janvier 1999 ouvre la possibilité d'intenter une action en garantie pour d'autres maladies que celles inscrites à la liste des vices rédhibitoires. Encore faut-il que cette maladie réponde à trois conditions (58) :

- elle existe au moment de la vente, mais elle est cachée ; c'est le cas d'un chien vendu alors qu'il était en train d'incuber une maladie ;
- elle rend l'animal impropre à l'usage auquel il était destiné ou est suffisamment gênante pour que l'acheteur l'ait acquis à moindre prix s'il avait eu connaissance de cette maladie ; c'est le cas d'un chien vendu comme animal de compagnie mais qui a dû être hospitalisé pendant plusieurs semaines ;
- elle présente un caractère de gravité : l'animal vendu présente des séquelles à vie ou serait mort en l'absence de soins corrects.

La mise en œuvre d'une action en garantie suppose toutefois la réunion de deux conditions essentielles :

- le vice doit préexister à la vente ;
- et l'acheteur doit agir dans un « *bref délai* » à compter de la découverte du *dit vice*.

La preuve de cette antériorité est plus ou moins facile à apporter selon le type de maladie ; faire exercer un bon suivi vétérinaire peut donc se révéler par la suite d'une très grande utilité pour l'éleveur. Quant au bref délai, les tribunaux l'entendent généralement de quelques mois (48).

Si le tribunal donne tort à l'éleveur, ce dernier doit, selon le désir de son client, résilier la vente en restituant la somme de la vente et les frais engagés par le maître ou bien rembourser une partie du prix si le maître garde l'animal.

e.35 *vice de consentement.*

L'article 1109 du Code civil prévoit une action en nullité pour vice de consentement. Le maître doit apporter la preuve du vice de consentement (erreur, dol ou violence) lors du contrat de vente.

Si le tribunal donne tort au vendeur, la vente est annulée et l'éleveur doit rembourser le prix issu de la vente du chien ainsi que récupérer l'animal.

Nous constatons que les éleveurs sont généralement peu inquiétés par ces différentes actions judiciaires. En effet, les modalités de ces actions apparaissent compliquées

pour un néophyte d'autant que les délais varient en fonction de chaque trouble décelé. Ainsi, certains acquéreurs commencent-ils à se retourner contre l'éleveur en ayant dépassé le délai octroyé ; d'autres hésitent à agir car ils sont devenus très attachés à leur animal et ne souhaitent pas être obligés de s'en séparer (48).

Néanmoins, il est préférable pour l'éleveur de rechercher un règlement à l'amiable avec son client que de viser l'action judiciaire, d'autant que l'action intentée par l'acheteur tend vers deux finalités différentes :

- le plus souvent, le maître souhaite garder son chien et obtenir une réduction du prix de vente ;
- parfois, l'acheteur veut le remboursement intégral du prix versé contre la restitution du chien.

Dans les deux cas, le remboursement des frais vétérinaires engendrés par la maladie est habituellement accordé par le tribunal (48).

L'éleveur, désirant faire connaître son « savoir-faire » par la publicité, doit se conformer à certaines règles.

f. Législation sur la publicité : cas des petites annonces (49)

Il est fréquent qu'un éleveur fasse appel à la publicité pour s'assurer du placement des chiots qui sont en sa possession. Toutefois, il n'est pas rare que des mentions erronées figurent dans ces annonces. Ces fausses allégations portent le plus souvent sur la race de l'animal, son inscription à un livre généalogique, les origines du chien par des prix qu'auraient reçus ses ascendants, son état de santé général, ses vaccinations, ou son identification.

Or, l'article L.121-1 du Code de la consommation interdit toute publicité qui comporte sous quelque forme que ce soit, des allégations fausses ou de nature à induire en erreur. Le non-respect de ces dispositions constitue le délit de publicité trompeuse. Aujourd'hui, l'expression de publicité trompeuse a remplacé celle de publicité mensongère ; il n'est, en effet, plus question de mensonge et de volonté de mentir car la mauvaise foi n'est plus un élément constitutif du délit. La charge de la preuve devient alors particulière puisque ce n'est pas au plaignant de prouver que la publicité est fausse, mais à l'annonceur d'établir la véracité de ses déclarations publicitaires. Autrement dit, l'annonceur qui ne peut pas justifier ses allégations encourt des sanctions pénales, sans qu'il soit besoin de démontrer son intention de tromper le destinataire de la publicité. La sanction de ce délit comprend une amende dont le montant peut s'élever jusqu'à 37 500 euros et/ou une peine d'emprisonnement qui peut aller jusqu'à deux ans. En outre, la publicité est considérée comme trompeuse dès la publication du message publicitaire ; la transaction n'est donc pas nécessaire. Le délit peut donc être rapidement constitué. Ainsi, l'éleveur rédigeant une annonce doit-il être très rigoureux quant aux termes employés.

En raison de ces abus et afin de permettre une transparence et une meilleure information à destination des acquéreurs, la loi du 6 janvier 1999 impose certaines obligations à respecter pour toute personne souhaitant publier une petite annonce ou une publicité. Si l'annonceur-vendeur est un professionnel du chien, l'annonce doit indiquer son numéro d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés ou

au répertoire des métiers. Cela permet de vérifier l'identité du vendeur et donc d'éviter le cautionnement ou la réponse à une offre de vente frauduleuse. De plus, aussi bien le particulier que l'éleveur professionnel doit faire figurer, dans la rédaction de l'annonce, l'âge des animaux ainsi que l'existence ou l'absence d'inscription de ceux-ci à un livre généalogique reconnu par le ministère de l'Agriculture. En France, il s'agit du LOF.

L'éleveur doit s'acquitter de l'imposition établie sur les moindres revenus dégagés par cette activité ; c'est l'impôt sur le revenu des personnes physiques (IRPP).

g. Législation imposée à l'éleveur vis-à-vis de l'impôt sur le revenu.

En matière fiscale, à l'instar de chaque citoyen, l'éleveur a l'obligation de déclarer, chaque année, son revenu global, c'est-à-dire, toutes les sommes reçues au cours de l'année fiscale précédente. Sauf cas particuliers, l'année fiscale correspond à l'année civile c'est-à-dire du 1^{er} janvier jusqu'au 31 décembre.

g.1 Déclaration des revenus.

Ces sommes, reçues lors de l'année fiscale, doivent être déterminées distinctement afin de former le revenu net global. Elles se décomposent de la manière suivante :

- les salaires, traitements et pensions,
- les bénéfices non commerciaux (BNC),
- les bénéfices industriels et commerciaux (BIC),
- les bénéfices agricoles (BA),
- les revenus de capitaux mobiliers,
- les revenus fonciers et les rentes viagères,
- les plus-values.

Le revenu net global sert, alors, de base à l'impôt sur le revenu. Ainsi, sera-t-il utile pour l'éleveur de réunir, à la fin de l'année, tous les documents nécessaires à sa déclaration sur le revenu.

Notons que pour les services fiscaux, à partir du moment où l'on vend un chiot, il n'existe pas d'éleveurs « amateurs ou occasionnels » ; même les revenus issus d'une modeste activité d'élevage, ne comprenant que deux ou trois lices, doivent être déclarés. Or, parfois, les revenus issus de la vente des chiens sont tellement modestes que beaucoup sont tentés de ne pas les déclarer au Trésor Public. Cette démarche est très risquée car les inspecteurs du fisc savent analyser les offres de vente dans les petites annonces ou sur Minitel. Parfois, ils vont jusqu'à examiner les catalogues d'expositions. D'autre part, le voisinage, agacé par les aboiements et les odeurs des chiens, risque de signaler l'éleveur auprès de l'administration.

De même, la monte publique, c'est-à-dire tout accouplement réalisé entre deux chiens ne résidant pas dans la même exploitation, procurant des revenus au propriétaire de l'animal, doit être déclaré à l'administration fiscale. Par contre, si l'éleveur donne ses portées, il ne dégage aucun revenu ; il n'a donc pas à déclarer sa production.

Tout éleveur, aussi infime que soit sa production, est astreint à une comptabilité. Les registres des achats et des ventes doivent être quottés et paraphés par la mairie ou le tribunal. L'éleveur y note ses dépenses et ses recettes sans rature, ni surcharge. Pendant trois ans, l'éleveur doit pouvoir justifier les frais inscrits dans ses livres. C'est pourquoi, il n'oublie pas de réclamer les factures à ses partenaires comme les vétérinaire ou les commerçants... Celles-ci sont d'ailleurs, obligatoires pour toutes ventes, même si le règlement est effectué ultérieurement.

g.2 Bénéfices agricoles ou non

Nous avons constaté, au début de cette étude, que l'éleveur canin a une activité considérée comme agricole. Ainsi, quelle que soit la provenance des chiens utilisés, même s'ils appartiennent à des tiers, les profits de l'éleveur, réalisés à partir des ventes d'animaux nés dans son élevage et des saillies effectuées, doivent-ils être déclarés comme des bénéfices agricoles.

L'activité d'élevage sort de cette catégorie dans les cas suivants :

- l'éleveur confie une reproductrice à une tierce personne ;
- l'éleveur est remboursé par reversions de chiots engendrés par une chienne obtenue chez l'éleveur ;
- l'éleveur vend des chiots élevés chez un particulier qui n'est pas propriétaire de la lice.

Les profits réalisés par l'éleveur, ou baptisé comme tel, à partir de chiens non nés chez lui ou d'accessoires achetés afin de les revendre, sont, pour le Code général des impôts, une activité commerciale. La personne réalisant une telle activité est considérée, alors, comme un commerçant et non un agriculteur. Les revenus dégagés par ce type d'activité seront, donc, déclarés comme des bénéfices industriels et commerciaux (BIC). Ainsi, les revenus issus d'activités à caractère non agricole, comme le dressage, la pension, le gardiennage, le toilettage, les reventes diverses de chiots, ou l'alimentation ...seront-ils déclarés à part, comme bénéfices industriels et commerciaux (BIC) ou non commerciaux (BNC), sauf pour le régime du réel normal dans la limite de 10 %,

g.3 Les régimes d'imposition.

Plusieurs régimes d'imposition (forfaitaire, transitoire, réel normal et réel simplifié) régissent la fiscalité des éleveurs canins. Ces régimes sont appliqués d'office par le Trésor Public. Mais, ils peuvent, aussi, être choisis par l'éleveur, après autorisation de l'administration fiscale. Cependant, quand sur deux années fiscales consécutives, les revenus agricoles de l'éleveur dépassent le maximum de la tranche d'imposition autorisé pour le régime auquel il est assujetti, celui-ci change de régime fiscal sur demande du Trésor Public ou par sa simple volonté. L'inverse est, aussi, possible sauf si l'éleveur ne le souhaite pas. Mais, dans ce cas, l'éleveur est obligé de garder le régime fiscal considéré pendant cinq années.

Le bénéfice agricole imposable est fixé de trois façons selon que l'exploitant est assujetti au régime du forfait, au régime transitoire ou au régime du bénéfice réel.

g.31 Le régime du forfait

Les éleveurs, dont les recettes n'excèdent pas annuellement 77 000 euros toutes taxes comprises (T.T.C.), relèvent de ce régime. Ces recettes sont calculées sur deux années consécutives. Cependant, ce régime ne s'applique pas pour les

exploitants qui en sont exclus ou qui ont opté pour un des deux autres régimes. Pendant les deux premières années suivant leur création, les éleveurs peuvent y être assujettis.

Le bénéfice agricole forfaitaire tient compte des profits et des charges de l'éleveur. C'est une sorte de bénéfice net moyen. L'éleveur ne peut, cependant, pas y ôter des frais ou des pertes, ou y rajouter des revenus.

Les bénéfices agricoles forfaitaires sont évalués en fonction du département, ou de la région agricole à partir d'un barème moyen établi pour chaque type d'exploitation : c'est le forfait collectif. Pour un éleveur canin, l'imposition est établie en multipliant le nombre de femelles reproductrices par le prix à la reproduction établi, chaque année, par la Commission Départementale des impôts directs. Ainsi, pour le département de l'Ille-et-Vilaine, le forfait collectif est établi à 770 euros, par chienne en âge de procréer, à partir de la troisième litière même s'il n'y a pas eu de mise-bas.

Nous ne conseillons pas ce type de régime à un éleveur possédant plus de deux litières et quelques étalons, ni à un producteur ayant des coûts élevés. C'est le régime des éleveurs de race canine de grande taille, de ceux qui ont plusieurs portées dans l'année, de ceux qui dépensent pour améliorer l'exploitation ou pour participer à des concours canins.

Si la région n'a pas déterminé de forfait canin, l'Inspecteur des impôts peut refuser à l'éleveur le régime forfaitaire et l'assujettir d'office au régime réel simplifié.

g.32 Le régime transitoire

Ce régime de conception simple est intermédiaire entre le régime du forfait et celui du bénéfice réel.

Seuls les exploitants dont les revenus oscillent entre 77 000 euros et 123 000 euros, dans l'année, peuvent y souscrire. Cependant, l'éleveur ne peut pas y souscrire plus de cinq ans. En effet, ce régime est établi pour faciliter l'abandon du régime forfaitaire pour les éleveurs dont les recettes dépassent 77 000 euros annuellement, avant de pouvoir souscrire au régime supérieur.

L'imposition est établie en ôtant les dépenses ou charges aux recettes ou produits. Ainsi, ce régime correspond-t-il mieux à la réalité que le régime forfaitaire.

g.33 Le régime du bénéfice réel

Les éleveurs normalement soumis au régime du forfait ou au régime transitoire peuvent y souscrire sur option.

Deux types de régime du bénéfice réel existent : celui du réel simplifié et celui du réel normal.

g.331 Le régime du réel simplifié

Les éleveurs, dont le chiffre d'affaires est compris entre 77 000 euros et 275 000 euros, y souscrivent obligatoirement.

Les recettes et les dépenses sont régulièrement comptabilisées alors que les dettes et les créances ne sont enregistrées qu'à la fin de l'année en exercice. Les immobilisations comme le matériel, les locaux, à l'exception des

Tableau 12 - Les différents régimes fiscaux possibles en fonction de la tranche

Tranches en euros	Régime			
	Forfaitaire	Transitoire	Réel simplifié	Réel normal
[0 -1 174]	Obligatoire	Possible	Possible	Possible
[1 174 - 17 532]	Non	Obligatoire si < 17 532 euros	Possible	Possible
[17 532 - 42 685]	Non	Non si > 17 532 euros	Obligatoire	Possible
> 42 685	Non	Non	Non	Obligatoire

Tableau 13 – Réglementation concernant les différents régimes fiscaux

	Régime			
	Forfaitaire	Transitoire	Réel simplifié	Réel normal
Journaux comptables	Facultatifs (conseillés)	Obligatoires	Obligatoires	Obligatoires
Balance	Non	Non	Facultatif	facultatif
Grand Livre	Non	Non	Facultatif	Obligatoire
Compte de résultat	Facultatif	Simplifié	Obligatoire	Obligatoire
Bilan	Facultatif	Facultatif	Simplifié	Obligatoire
Reproducteur	–	En stock	En stock	Immobilisés
Recettes non agricoles	BIC ou BNC	BIC ou BNC	BIC ou BNC	Inclus ventes max. 10%
Sociétés agricoles	Pas autorisé	Pas autorisé	Autorisé	Autorisé

reproducteurs sont pris en compte. Les reproducteurs figurent, alors, dans la rubrique des stocks.

Nous conseillons ce régime moins contraignant bien qu'il oblige l'éleveur à tenir un livre comptable détaillé des recettes ou produits et des charges ou frais. Le grand intérêt de ce régime réside dans la possibilité d'imputer des déficits issus de l'activité agricole si le total des revenus nets des autres sources non agricoles (salaires, ...) n'est pas supérieur à 15 300 euros. Si ce n'est pas le cas, l'éleveur peut reporter des déficits sur les bénéfices agricoles des cinq années suivantes.

g.332 Le régime du réel normal

Les éleveurs dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égal à 275 000 euros y souscrivent obligatoirement. Ils peuvent, aussi, y souscrire quel que soit le revenu procuré par les ventes de leurs chiots.

Contrairement au régime du réel simplifié, les éleveurs peuvent y immobiliser leurs reproducteurs. Cependant, la totalité des documents comptables est susceptible d'être fournie.

Seul ce régime offre la possibilité au producteur canin d'incorporer aux ventes, dans la limite de 10 %, des revenus issus d'activités à caractère non agricole

g.4 Déductions et formulaires.

L'habitation d'un éleveur relevant d'un régime autre que le régime forfaitaire, peut être intégrée à l'actif du bilan si elle est incorporée à l'élevage et sert à l'exploitation canine. Cette habitation ne se présente donc pas comme une maison de maître.

Le cynophile peut, alors, inscrire les frais engendrés par cette habitation, y compris les remboursements des emprunts, dans la rubrique des charges, c'est-à-dire des dépenses.

De même, l'éleveur peut amortir son véhicule, à condition qu'il soit utilitaire, même s'il n'est pas immobilisé ainsi que les frais de déplacement.

Contrairement au particulier passionné, l'éleveur peut déduire les frais engendrés par les concours, car l'administration fiscale les considère comme des charges professionnelles, et, donc, déductibles.

Le producteur canin inscrit les bénéfices agricoles sur la déclaration d'ensemble n° 2042. Les bénéfices ou les déficits liés à l'activité de l'éleveur seront reportés, dans la colonne "revenus agricoles". Pour les exercices comptables clôturant le 31 décembre de chaque année, l'éleveur remplira avant le 1^{er} mars ou le 31 mars, la déclaration spéciale 2342 pour le régime du forfait, 2136 pour le régime transitoire, 2143 pour le réel normal et 2139 pour le réel simplifié. Généralement, ces imprimés sont adressés par l'Inspecteur des impôts. Si l'éleveur ne les reçoit pas (c'est le cas lors d'une inscription récente), il doit se les procurer à la mairie ou au centre des impôts le plus proche. D'ailleurs, l'éleveur récemment installé se met en règle en se faisant connaître du service des impôts, avant le 1^{er} mai.

h. Législation concernant l'éleveur vis-à-vis de la Taxe à Valeur Ajoutée (T.V.A.)

L'assujettissement de l'éleveur à la T.V.A. ne tient pas compte du statut juridique, de la situation de l'éleveur vis-à-vis de la Mutualité Sociale Agricole (MSA) ou du mode juridique de l'exploitation.

L'éleveur, à condition qu'il soit propriétaire des chiens de son exploitation, est de par son activité agricole assujéti à la TVA d'après le régime simplifié de l'Agriculture (RSA). En effet, selon l'article 278 bis 12° du Code général des impôts, les opérations d'achat et de vente des produits d'origine agricole sont assujettis à la TVA au taux de 5,5 % ; car, comme nous l'avons constaté, l'article L 311-1 du Code Rural considère le chien comme le produit d'une activité agricole.

Par contre, l'activité diversifiée de l'éleveur (vente d'aliments, d'accessoires comme les laisses, les coussins, ou les gamelles, de produits achetés à un tiers), est assujéti au régime de droit commun de la TVA, c'est-à-dire à une TVA. au taux normal. C'est, aussi, le cas des achats en vue d'une vente (par exemple de chiens issus d'un autre élevage), du gardiennage canin à condition que les chiens aient achevé leur croissance ou du toilettage, qui ne sont pas considérés comme des activités agricoles puisqu'il n'y a pas de participation à un cycle de croissance. Ainsi, en cas de double activité (élevage et toilettage), le cynophile doit-il s'assurer que sa comptabilité distingue bien les recettes des deux activités et que les déclarations de TVA soient distinctes car ces activités ne supportent pas le même taux de TVA.

Cependant, si ces activités non agricoles ne dépassent pas 10 % du chiffre d'affaires total soumis à la TVA, elles peuvent être considérées comme accessoires, et dans ce cas, l'éleveur est imposé à la TVA d'après le régime simplifié de l'Agriculture (RSA).

De même, différents taux de TVA peuvent être appliqués à l'éleveur :

- le taux de TVA des achats à caractère agricole est de 5,5 % ;
- le taux de TVA des achats d'aliments ou des frais vétérinaires est de 19,6 %.

Il existe trois modes d'imposition :

- l'imposition selon le régime du remboursement forfaitaire ;
- l'imposition volontaire à la TVA des activités agricoles. ;
- l'imposition obligatoire et de plein droit à la TVA des activités agricoles.

Etudions-les successivement :

h.1 Le mode d'imposition selon le régime du remboursement forfaitaire

Il est appliqué aux éleveurs qui ne sont pas imposés de plein droit à la TVA d'après le RSA pour l'ensemble ou une partie de leurs activités considérées comme agricoles.

Ce régime est établi pour compenser de manière forfaitaire la charge de la TVA qui a « grévée » les achats de l'éleveur et les services rendus à ce dernier.

Le remboursement est « liquide » sur les ventes et les livraisons de l'année faites à l'exportation ou à des entreprises industrielles, commerçantes ou agricoles qui sont redevables de la TVA. Ce taux est fixé pour l'éleveur canin à 2,55 %.

Étant donné que l'éleveur canin vend surtout à des particuliers, nous considérons que ce régime n'a aucun intérêt pour l'éleveur canin.

h.2 Le mode d'imposition volontaire à la TVA des activités agricoles

Comme son nom l'indique, seuls les exploitants agricoles, comme les éleveurs canins sont concernés. Par contre, ce mode n'est applicable que de manière optionnelle.

L'éleveur doit, pour souscrire à cette option, en faire la demande sur l'imprimé n° 3500 bis. Il l'envoie en recommandé au Trésor Public, au plus tard le 31 janvier de la première année. Par contre, cette option prend effet au 1^{er} janvier. Il envoie, aussi, au même service administratif, deux exemplaires de la déclaration annuelle de régularisation modèle 3517 bis, avant le 5 mai de chaque année pour les opérations de l'année précédente.

Cette déclaration étant simplifiée se retrouve prise par les éleveurs. De plus, ce mode d'imposition peut être intéressant pour les éleveurs venant de s'installer. En effet, les frais d'achats, d'aménagements, voire de formation sont souvent importants lors des premières années d'installation. Or, l'imposition volontaire à la TVA des activités agricoles permet de demander le remboursement du crédit réel de TVA.

h.3 Le mode d'imposition de plein droit à la TVA des activités agricoles

L'éleveur est obligatoirement imposé, selon ce mode d'après le régime simplifié de l'Agriculture (RSA), si la moyenne de son chiffre d'affaires, en dehors de toutes taxes, pendant les deux années consécutives précédentes est supérieur à 46 000 euros.

Par exemple, si l'éleveur a eu 41 000 euros de recettes pour l'année 2002 et 54 000 euros pour l'année 2003. La moyenne de recettes lors de ces deux années d'exercice est de $\frac{270000 + 350000}{2} = 47\,500$ euros. Cette moyenne de 47 500 euros

étant supérieure aux 46 000 euros citée ci-dessus, l'éleveur est, alors, imposable de plein droit à partir du 1^{er} janvier 2004.

i. Législation concernant l'éleveur canin vis-à-vis de la Sécurité Sociale

De manière identique à l'administration fiscale, les lois sociales ne distinguent nullement les éleveurs professionnels, amateurs ou occasionnels. Comme tous les exploitants agricoles, l'éleveur canin et les membres non salariés de sa famille bénéficient d'un régime obligatoire d'assurance maladie, de maternité et d'invalidité créé par la loi n° 61-89 du 25 janvier 1961 ; c'est l'AMEXA.

Si l'éleveur a une activité supérieure à plus de 1 200 heures de travail par an, c'est-à-dire plus d'un mi-temps, il peut être immatriculé à une caisse de Sécurité Sociale d'après le décret n° 90-835 du 18 septembre 1990. Étant donné que l'éleveur a, d'après le nouvel article L311-1 du Code Rural, un statut d'agriculteur (voire la première partie consacrée à ce métier), cette caisse sera la Mutualité Sociale Agricole (MSA).

L'éleveur sollicite par écrit son affiliation à la caisse de MSA de son département. En cas de refus, il peut demander à cette caisse de le motiver par écrit. En effet, certaines caisses refusent de prendre en compte l'inscription de l'éleveur sous prétexte que l'exploitation est trop petite, ce qui était le cas avant le mois de décembre 1988, mais est devenu contraire par l'article L.311-1 du Code Rural.

Nous mettons en garde les éleveurs vis-à-vis d'une fausse idée qui stipulerait une équivalence entre le nombre de chiens possédés et les heures de travail consacrées auprès d'eux. En effet, un tel barème est une absurdité puisque le temps consacré à dix Chihuahuas n'est pas identique à celui passé auprès de dix Saint Bernards. De même, l'éleveur de Yorkshire terriers participant à des expositions dépense du temps à les préparer et à les présenter en concours. Notons que même le temps passé dans les déplacements pour les concours est comptabilisé dans l'activité d'éleveur.

Ainsi, l'éleveur est-il placé devant une alternative :

- soit il désire adhérer à la MSA, et, en cas de refus de cette dernière, il doit prouver que son élevage occupe une personne pendant au moins 1 200 heures par an. Notons que l'activité de toilettage ou d'éducation entre dans cette masse horaire ;
- soit la MSA veut contraindre l'exploitant à cotiser à sa caisse, et dans ce cas, elle doit prouver que l'éleveur s'occupe de son élevage pendant 1 200 heures par an.

L'éleveur peut exercer des activités autres que son activité non salariée agricole d'élevage, c'est-à-dire des activités non salariées non agricoles comme le commerce, des activités salariées agricoles ou des activités salariées non agricoles. Pour l'exercice des activités autres que l'élevage canin, l'éleveur est obligatoirement affilié aux différents régimes correspondant aux diverses occupations et verse des cotisations, même réduites, d'assurance maladie auprès de chaque régime auquel il est assujéti. Par contre, les prestations régies ne sont versées que par le régime correspondant à son activité principale. Cependant, une exception existe ; l'article 69 de la loi n° 90-85 du 23 janvier 1990 précise que les éleveurs, qui exercent une activité de commerce (activité non salariée non agricole), relèvent et cotisent sur l'ensemble de leurs revenus au seul régime dont relève leur activité principale.

Cette activité principale est établie :

- soit à partir des seuls revenus ;
- soit à partir du temps de travail et des revenus.

L'activité d'éleveur, c'est-à-dire non salariée agricole, est considérée comme principale si le revenu obtenu par cette activité constitue plus de la moitié du total des revenus de l'éleveur. Ce n'est pas le cas si l'éleveur a effectué dans l'année plus de 1 200 heures de travail salarié (agricole ou non) ou assimilé lui ayant procuré un revenu supérieur au revenu issu de son activité d'éleveur. Cette législation s'applique quand les revenus obtenus à partir des diverses activités sont soumis à une imposition selon le régime transitoire ou selon le régime du bénéfice réel.

Nous concluons cette partie consacrée à la législation en constatant qu'en réalité il n'y a pas de contrôle systématique de l'administration sur l'ensemble du territoire. Seule une dénonciation amène les services fiscaux à consulter les comptes de l'éleveur. C'est pourquoi les éleveurs professionnels se plaignent de cette tolérance vis-à-vis des revenus non déclarés issus des portées d'éleveurs amateurs. En effet, le paragraphe consacré à la concurrence nous révélera que, même s'ils ne font saillir leur chienne qu'une fois par an, les nombreux éleveurs amateurs ou occasionnels concurrencent fortement les producteurs canins professionnels. Dès lors, afin de limiter ces abus, les professionnels réclament un meilleur contrôle fiscal.

Notons, encore, que certains projets de décret sont en cours de rédaction, notamment en ce qui concerne la tenue du LOF et la protection des animaux de compagnie lors de leur vente et des activités les concernant.

10. Partenaires et concurrents

L'éleveur dispose d'un certain nombre de partenaires qui l'encouragent à produire de beaux chiens, l'aident à améliorer la race élevée, et lui permettent de vendre à juste prix sa production

a. La Société Centrale Canine (54)

La SCC est le partenaire privilégié des éleveurs car cet organisme dirige la sélection des races canines en poursuivant comme objectif la protection, l'amélioration et la promotion du chien de race.

Après le Kennel club anglais créé en 1878, la Société Centrale Canine (SCC) voit le jour en 1882 et ouvre le LOF en 1885. La création de cette cynophilie française se fait par des éleveurs passionnés par la chasse et la plupart du temps admirateurs de races britanniques. Aussi, n'est-il pas étonnant que les premiers chiens inscrits au LOF soient en majorité des races anglaises, en particulier des Setters anglais, des Setters Gordon et des Pointers.

Agréée par le Ministère de l'Agriculture, la SCC est la fédération nationale officielle de toutes les Associations spécialisées de race, ainsi que de toutes les Sociétés Régionales Canines qui font connaître utilement au public les chiens de race et leurs aptitudes. Cette fédération permet, aussi, aux éleveurs patentés de faire connaître la qualité de leur sélection. Elle assure, alors, entre autres la défense des intérêts des éleveurs canins.

Cette association d'utilité publique a aussi pour mission de tenir le LOF. Par l'intermédiaire de ce livre, la SCC rassemble tous les chiens de race de France (1 500 000 actuellement). Elle organise et régit leur amélioration constante, ainsi que leur utilisation par l'homme. Ainsi, depuis plus de 100 ans, en France et sur le plan international, la SCC travaille-t-elle pour la qualité du chien « meilleur ami de l'homme » dans le respect de la diversité de ses races et de ses utilisations.

Il appartient à la SCC de mettre en place le club de race officiel ; La SCC dispose d'un fichier où sont recensés les noms et les adresses d'éleveurs professionnels ou amateurs recommandés pour chaque race. Elle possède également une liste des chiots disponibles par race, régulièrement mise à jour.

Notons, aussi, que par un arrêté du Ministère de l'Agriculture en date du 16 février 1971, la SCC est agréée en qualité de Fédération nationale chargée d'organiser l'identification par tatouage des animaux de l'espèce canine, et, de tenir le fichier national d'identification des chiens tatoués. Nous examinerons cette convention entre le Ministre de l'Agriculture et la SCC, dans le paragraphe consacré au tatoueur. La SCC possède, aussi, un service qui gère le Fichier national canin des chiens tatoués par délégation du Ministère de l'Agriculture.

b. Les Sociétés canines régionales

Elles se consacrent à la promotion des chiens de race dans leur région respective. Par exemple, il existe une Société canine pour la région Ile de France.

Ces Sociétés canines régionales organisent, dans leur région, des manifestations ouvertes à toutes les races.

c. Les Associations spécialisées de races et les Clubs de race (54)

Ces associations assurent, en accord avec la SCC et avec l'agrément du Ministère de l'Agriculture, la direction technique d'une race. Elles sont, dès lors, affiliées à la SCC.

Elles oeuvrent pour la promotion, le développement et l'amélioration de la race concernée. En instruisant les caractéristiques de la race, elles sont les garantes de la persistance de la personnalité et du standard d'une race. Elles organisent aussi des rassemblements annuels de la race -les nationales d'élevage- et agencent des séances d'harmonisation afin d'éviter un jugement hétérogène des chiens présentés. Ces associations défendent la race, en mettant en place des animations variées autour de celle-ci : réunions amicales, bulletins d'information, livre, site Internet...

Via l'Association ou le Club de race concerné, l'autorité cynophile du pays, d'où une race est originaire, crée le nom officiel de cette race. Parfois, ce nom officiel ne s'est pas imposé car il est trop long ou trop compliqué. Ainsi, l'Old english sheepdog (chien de berger anglais ancestral) est-il devenu le Bobtail, qui était à l'origine son simple surnom. Une situation similaire est en train de se reproduire à propos du West Highland white terrier, qui s'impose sous le terme de Westie. Notons que certaines dénominations suivent un parcours étonnant : le berger de vallée s'est transformé en Polski owczarek nizinny, dont la traduction est Berger polonais de plaine, pour s'imposer ensuite sous le terme de Nizinny, alors qu'actuellement ses amateurs le nomment PON, reprenant les initiales du nom d'origine. Cette complaisance des éleveurs, à travers leurs Associations et Clubs de races, dans les dénominations des races canines participe à la confusion du public vis-à-vis de la cynophilie.

Il existe 97 clubs de races reconnus en France.

Fréquenter une de ces associations permet à l'éleveur d'acquérir des bases utiles pour l'élevage.

d. Les syndicats

Il existe un syndicat national regroupant les éleveurs, mais aussi tous les autres professionnels du chien, comme les dresseurs, les éducateurs, les toiletteurs, ou les pensionneurs. C'est le Syndicat national des professionnels du chien et du chat (SNPCC). Au sein de ce syndicat, il existe une commission élevage avec un responsable à sa tête.

Un autre syndicat, le Syndicat de défense des éleveurs de chiens et de chats de l'Ouest (SDECCO), est né à la fin de l'année 1996. L'objectif de ce syndicat est de promouvoir le chien LOF. Cette association s'adresse donc aux éleveurs sélectionneurs professionnels et non professionnels ayant une production de chiots uniquement LOF. Il aide ces éleveurs canins face aux clients, aux vétérinaires, aux textes législatifs et à la fiscalité, mais aussi à l'encontre des publicités déloyales de chiens « pure race » qui ne le sont pas. Il assiste aussi les propriétaires trompés vis-à-vis du pedigree du chien acquis.

Il existe d'autres syndicats avec lesquels l'éleveur peut se trouver en relation. Ce sont le PRODAF (C'est le syndicat interprofessionnel des fabricants et distributeurs de produits et d'animaux familiers), voire la FACCO (C'est la chambre syndicale des fabricants et importateurs français d'aliments préparés pour les chiens, les chats et les autres animaux familiers).

e. Associations de soutien

L'association Légisport envoie, sur simple demande, tous les textes concernant la législation sur la création et le fonctionnement d'établissements détenant des chiens : comment s'établir, les installations classées, la garde, l'élevage, le parcage des animaux, la lutte contre le bruit, le traitement des déchets, les écoulements, ordures et excréments...

D'autres associations sont susceptibles d'intéresser l'éleveur canin, comme l'association française d'information et de recherche sur l'animal de compagnie (AFIRAC), ou l'AJIRA. L'AJIRA est une association composée de vétérinaires, de policiers, de magistrats, d'avocats, d'amis des animaux ; elle a pour vocation de faire évoluer et appliquer la loi. L'adhésion à l'AJIRA est de 15,24 euros.

f. Le vétérinaire

Si l'éleveur est un client du vétérinaire et souhaite qu'il lui apporte des conseils pertinents, les relations entre ces deux professionnels ne sont pas toujours idéales.

Les Docteurs vétérinaires sont les seuls, avec les tatoueurs agréés par le ministère de l'Agriculture, habilités à tatouer des animaux. Ainsi, si l'éleveur n'est pas habilité à tatouer, il doit faire appel au vétérinaire pour tatouer ses chiens sur généralement la face interne de l'oreille droite ou de la cuisse droite ; le vétérinaire établit aussitôt une carte d'immatriculation dont il envoie un feuillet au fichier central de la SCC. Ce tatouage, outre son caractère obligatoire lors de la vente du chien, constitue une preuve de propriété pour l'éleveur en cas de litige et facilite la recherche de l'animal, si celui-ci est perdu ou volé.

Les malentendus qui existent entre ces deux professions se nourrissent souvent d'un défaut de communication (60) :

- Le vétérinaire est étonné du caractère majoritairement « amateur » de l'élevage canin, entraînant un désarroi trop rapide de l'éleveur devant les difficultés techniques liées à la génétique, au comportement, à l'alimentation, à l'hygiène ou à la reproduction.
- L'éleveur, lui, considère le vétérinaire comme un scientifique trop attaché à des schémas explicatifs rationnels et à ses certitudes. D'autre part, il trouve que le praticien prend rarement en compte les innombrables impondérables qui, sur le terrain, mettent à mal de nombreuses théories. D'ailleurs, la visite d'élevage est un acte trop souvent négligé par le vétérinaire, et n'est généralement effectuée que lors d'apparition de troubles sanitaires. L'éleveur trouve que le vétérinaire ne s'intéresse pas assez à la reproduction canine, comme le suivi des chaleurs, les frottis vaginaux ou les tests de progestérone semi-quantitatifs pour déterminer le moment optimal de la saillie ou de l'insémination. Or, vu le prix de vente des chiots de races à la mode, nous concevons aisément qu'une augmentation de la prolificité puisse représenter pour l'éleveur un gain considérable. D'autre part, l'éleveur trouve que son vétérinaire répugne trop souvent à consentir des tarifs intéressants, ignorant l'aspect économique de cette production canine, alors qu'il lui semble naturel, en faisant vacciner une centaine de chiots par an, de ne pas payer, pour chaque animal, une consultation. Notons, aussi, que le vétérinaire n'a pas toujours été familiarisé aux arcanes de la cynophilie, dédaignant la légitime fierté d'un propriétaire de champion bardé de CACIB et autres récompenses. A sa décharge, le praticien n'a pas toujours le temps, avant de recevoir un passionné d'une race canine, de relire le standard de la race afin de donner un avis sinon autorisé tout au moins compétent sur le phénotype du

spécimen. Ainsi, de nos jours, l'éleveur considérant trop souvent le vétérinaire comme une « pompe à fric », ne l'appelle-t-il qu'en cas d'urgence absolue comme ce fut le cas du vétérinaire soignant les animaux de rente qui est aujourd'hui devenu un « polyzootechnicien » et est consulté sur maints sujets (53).

C'est pourquoi, souhaitant améliorer la communication entre éleveurs et vétérinaires, les Docteurs vétérinaires G. QUEINNEC (ancien Professeur de Zootechnie à l'Ecole Vétérinaire de Toulouse) et A. GANIVET (praticien dans les Hauts-de-Seine) ont créé la Société francophone de cynotechnie (SFC), il y a plus de quinze ans. Cet organisme s'efforce de combler le fossé entre ces deux professions canines en organisant des rencontres et des séminaires réguliers. Les réponses apportées par la SFC se veulent concrètes et pragmatiques, sans éviter les débats concernant les sujets sensibles.

Vis-à-vis des attentes des éleveurs, non encore satisfaites par la profession vétérinaire, en matière de reproduction canine, d'autres organismes se sont créés tels le CERREC (Centre d'Etude et de Recherche en Reproduction et Elevage Canin), le CERCA ou l'Umes afin de mieux appréhender ces problèmes et proposer des aides techniques partenariales

L'Umes (Unité de médecine de l'élevage et du sport) de l'école vétérinaire de Maisons-Alfort, dirigée par le Pr D. GRANDJEAN, est une structure à la fois pédagogique, clinique et de recherche. En juin 2002, cette structure a décidé de répondre à la demande des éleveurs en ouvrant une consultation de néonatalogie, dirigée par le Dr vétérinaire S. BRAU. Cette demande émane à la fois de la profession vétérinaire et du monde de l'élevage, auxquels l'Umes entend proposer un service spécialisé et performant. Depuis cette création, le laboratoire Merial parraine cette consultation dont l'objectif est de mieux discerner les raisons de la mortalité des chiots, un domaine encore mal connu et qui représente des pertes économiques en élevage. Pour cela, ce service possède une couveuse pédiatrique.

Certains organismes se sont créés au niveau régional tels le Groupement de recherches Auvergne Rhône-Alpes sur l'élevage, la sélection et les rôles du chien. Cette association régionale est un Groupement d'intérêt scientifique (GIS) pour développer des programmes de recherches intéressant l'élevage, la sélection et le rôle du chien. Ce GIS se compose des instances suivantes : l'Ecole nationale vétérinaire de Lyon (ENVL), la SCC, la Conférence nationale des vétérinaires spécialisés en petits animaux (CNVSPA), le CESECAH, la Fédération française des associations de chiens guides d'aveugles (FFAC), l'ANECAH, le FNMCA, le Centre d'enseignement zootechnique de Rambouillet, la Direction du Service de Santé en Région Militaire de Défense méditerranéenne, l'EPLFPA des Combrailles et de Cibeins.

Dans l'avenir, nous espérons que ces chamailleries évolueront, et que ces deux professions passeront rapidement de la méfiance à la confiance pour que l'éleveur ne considère plus le vétérinaire comme un « pompier de l'élevage » mais comme un partenaire privilégié (53), d'autant qu'il est difficile pour l'éleveur d'exercer sans se faire conseiller par un spécialiste du suivi des élevages canins. Or, seul, un vétérinaire, qu'il exerce en cabinet ou non, peut l'être. Ce dernier sera d'autant plus efficace qu'il aura l'habitude de rencontrer des problèmes afférents aux maternités et aux naissances des chiens, mais aussi d'en gérer la prophylaxie (5). Dès lors, Chacun y trouvera son compte : l'éleveur, par l'amélioration de sa rentabilité, et le vétérinaire par l'augmentation de son volant de clientèle (53). De plus, ce partenariat des

vétérinaires avec la SCC via les Associations de races, les fédérations et Sociétés Canines Régionales et les clubs d'utilisation s'avère utile pour l'éradication de certaines tares raciales.

g. Le nutritionniste canin (14)

Il est parfois qualifié d' « ingénieur formulation ».

En développement constant depuis plus de vingt ans, la nutrition canine devient de plus en plus élaborée. Des milliers de personnes élaborent chaque année des formules alimentaires dans les différents centres de recherche générant des chiffres d'affaires de plusieurs milliards de francs.

Le domaine de la nutrition canine est en plein essor. Un des derniers axes de la recherche est la réalisation d'aliments canins pour lutter contre le stress oxydatif

Par sa connaissance des différents nutriments, de leur apport dans l'équilibre alimentaire et surtout du métabolisme du chien ainsi que de sa biochimie, ce professionnel élabore les aliments les plus proches possible des besoins du chien. Il met au point de nouveaux produits alimentaires canins ou améliore ceux qui existent déjà. Ce chercheur intervient, donc, en amont de la chaîne de fabrication des aliments canins.

Si la nutrition semble simple dans son principe, elle est plus compliquée dans son application ; elle consiste à satisfaire les besoins en nutriments nécessaires à l'équilibre du chien à partir de matières premières (on en distingue une vingtaine comme la volaille, le thon, le bœuf, ...) qui entrent dans la composition de l'aliment tout en respectant certains critères comme la taille de l'animal, son âge, son état de santé, son activité... Puis, il faut bien évidemment faire correspondre les besoins du chien avec ses goûts. Ainsi, les contraintes sont-elles très importantes pour l'élaboration d'une alimentation haut de gamme. C'est une des raisons pour lesquelles les premiums (aliments secs haut de gamme) sont vendus en distribution spécialisée.

Ensuite, il teste l'assemblage de ces matières premières sur de nombreux chiens (une cinquantaine) appartenant à des races différentes (une dizaine), des plus petits aux plus grands.

La nutrition étant un puzzle que l'on reconstitue jusqu'à trouver la bonne formule, il faut avoir le goût du jeu intellectuel, à plus forte raison quand on explore des champs nouveaux comme les moyens de remédier au stress oxydatif chez le chien. Cette tâche requiert, dès lors, rigueur, esprit de synthèse, patience et méticulosité.

Il faut aussi de l'humilité devant le verdict sans appel rendu par l'animal qui teste l'alimentation proposée.

Au nombre des qualités requises, ajoutons la capacité d'écoute à l'égard des industriels et l'esprit d'équipe avec tous les chercheurs du centre, mais aussi avec le service

Les centres de recherche sont de véritables paradis canins : les chiens partagent leur temps entre les tests alimentaires, les promenades et le repos. La plupart de ces sites regroupe une vingtaine de nutritionnistes canins.

Ces derniers travaillent en relation constante avec les chercheurs du centre, mais aussi avec le service industriel et le service qualité de l'usine pilote. La participation

de l'éleveur peut aussi être requise pour garantir la fiabilité des tests effectués par le nutritionniste.

Si l'appellation nutritionniste recouvre des cursus divers, la plupart ont une solide formation de base soit de vétérinaire, soit d'ingénieur agronome. Ainsi, outre les quatre écoles vétérinaires de Maisons-Alfort (une cinquantaine de nutritionnistes y sont formés chaque année), Lyon, Nantes et Toulouse, cinq écoles ou instituts forment au métier d'ingénieur agronome nutritionniste. Ce sont l'Institut supérieur agricole de Lille, l'Institut supérieur agricole de Beauvais, l'Institut supérieur d'agriculture de Rhône-Alpes à Lyon, l'Ecole supérieure d'agriculture à Angers, l'Ecole supérieure d'agriculture de Purpan à Toulouse. Cependant ce cursus de cinq ans (accès sur concours avec un bac scientifique) d'ingénieur agronome, met plutôt l'accent sur les animaux de rente, moins exigeants en matière d'alimentation. Ces nutritionnistes doivent donc s'adapter à l'univers canin. Beaucoup ont d'ailleurs appris sur le tas.

h. L'assureur.

En raison des risques multiples qui pèsent sur les éleveurs (épidémies, procès, et dégâts divers sur les locaux), l'éleveur se doit de prévoir quelques garanties. Généralement, les éleveurs cumulent les assurances contre les incendies, les bris de glace, le vol, la perte d'exploitation et la responsabilité civile professionnelle. Toutes les compagnies d'assurance proposent des contrats adaptables aux situations particulières. L'éleveur ne doit pas hésiter à les mettre en concurrence (23).

Comme n'importe quel particulier, il doit faire attention aux contrats pièges.

i. La presse

La presse apporte des références indispensables telles l'annuaire officiel des éleveurs de chiens de race. Cette édition, qui existe depuis l'année 1989, comporte :

- des renseignements canins comme
 - la liste de toutes les races reconnues par la FCI et la SCC,
 - les standards détaillés et remis à jour de plus de 300 races ; ceux-ci permettent de mieux connaître les races canines à travers leurs caractéristiques respectives,
 - plus de 1 200 photos de chiens afin de mieux les reconnaître,
 - plus de 3 000 éleveurs référencés sur toute la France, classés par race élevée et par département,
- des renseignements administratifs comme
 - la composition du comité de la FCI,
 - les coordonnées des pays membres de la FCI,
 - la composition du comité de la SCC,
 - la liste des juges agréés par la SCC et classés par groupe,
 - la liste des experts-confirimateurs,
 - les Sociétés canines régionales,
 - les clubs de race.

Cet annuaire peut être obtenu auprès de la société Idée 3.

Certains journaux sont destinés à la profession. Certains ont pour sujet principal la cynotechnie comme Cyno mag., d'autres sont plus axés sur la vente comme « Animalerie » ou « Animal Distribution ». Ces deux titres de la presse professionnelle diffusent régulièrement des résultats d'études relatives au secteur canin.

D'autres publications sont plus destinées au grand public « amoureux du chien. » comme Atout chien.

j. autres partenaires.

Certains partenaires peuvent intervenir dans l'aménagement des locaux ou la vente d'accessoires canins : des nourrisseurs aux cages de transport, en passant par les accessoires d'éducation, la sellerie, les niches, les produits de soin ou de toilettage ; le choix est vaste. Ces partenaires proposent, pour séduire l'éleveur, des articles de qualité professionnelle à des tarifs toujours attractifs.

k. Les concurrents

k.1 l'animalerie

Son principal partenaire, mais néanmoins concurrent, est l'animalerie. Il est difficile pour l'éleveur de fixer pour le public des prix nettement plus bas que ceux du magasin, d'autant que le gérant de l'animalerie est souvent en relation avec des importateurs canins qui achètent des chiens dans un pays étranger pour les lui revendre. Le tarif de l'éleveur est généralement 10% moins cher que celui pratiqué en animalerie (23).

Cependant, de nombreux visiteurs se laissent attendrir par les museaux qui se tendent vers eux. D'autres sont plus prudents et considèrent que ce n'est pas l'endroit idéal pour acquérir un chiot de pure race, en bonne santé, ayant un comportement stable et étant bien habitué aux humains.

k.2 Les refuges et les organismes d'adoption canine.

La plupart des refuges ont été rénovés et proposent des structures agréables. De nombreux chiens ne demandent qu'à être adoptés.

Cependant, le futur adoptant y trouve difficilement ce qu'il désire (genre de chien, âge, sexe), voire ne parvient pas à s'y tenir car il succombe souvent à un coup de cœur qui peut s'avérer difficile à assumer plus tard.

k.3 Les particuliers et les marchés.

Le public croise régulièrement, sur des marchés, des enfants avec des chiots dans des cartons. Ces chiots sont craquants, comme tous les jeunes animaux, mais ils n'ont sans doute jamais reçu les soins, ni l'éducation nécessaires. Acheter un animal dans ces conditions revient à encourager un trafic interdit et dangereux.

k.4 Internet.

Il se développe, à l'heure actuelle, une nouvelle forme de concurrence via internet. Il suffit de taper animaux ou chien comme mot-clé et de faire un tour sur les sites

spécialisés. L'internaute peut même voir en photo les chiots à vendre. Certains sites proposent même des chiens à adopter.

Afin de conclure avec l'organisation de cette activité, notons, qu'en raison de la forte importance de l'élevage amateur canin, il est peu aisé de déterminer exactement le nombre d'éleveurs (23). D'autre part, de nombreux professionnels canins (éducateurs, dresseurs, pensionneurs...et même vétérinaires) exercent cette activité de manière annexe à leur métier canin.

Avant de chercher un emploi ou de créer son élevage, il faut apprendre ce métier car, même si la routine semble importante, les règles de la concurrence et la professionnalisation de cette activité font que l'on ne peut plus aujourd'hui s'improviser éleveur canin ; une formation méthodique et rigoureuse est nécessaire.

F. Formation

Pour exercer le métier d'éleveur de chiens, il n'est pas obligatoire d'avoir un diplôme ou d'avoir fait de longues études générales. En effet, une circulaire du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation, du 9 septembre 1993, précise que l'élevage de chien « *ne nécessite pas de diplôme scolaire particulier* » d'autant que les compétences en élevage sont surtout fonction du poids de l'expérience et s'acquièrent à la longue avec un travail personnel de documentation et d'information. Il est d'ailleurs peu recommandé de se lancer dans l'élevage si on n'a pas le goût de la recherche et de la génétique (23).

Cependant, comme des enseignements ont été mis en place depuis quelques années, les professionnels conseillent d'effectuer une formation. Elle permet d'obtenir un minimum d'expérience grâce aux stages, et un bagage technique comme la gestion, matière souvent mal maîtrisée par les éleveurs.

Le brevet le plus ancien n'ayant qu'une vingtaine d'années, le recul n'est donc pas totalement suffisant pour porter un jugement sur ces formations canines. Ce court laps de temps explique que la plupart des éleveurs n'ont acquis, à l'heure actuelle, leurs compétences que « sur le tas ».

Mais revenons sur les formations à l'élevage canin. Elles sont ouvertes aux filles et aux garçons d'un niveau scolaire correct et passionnés par les métiers du chien, dont celui d'éleveur canin. D'ailleurs, la plupart des établissements admettent les élèves après des tests et un entretien de motivation, tant il est vrai qu'être éleveur est une activité particulière où il est hors de question de s'engager naïvement. C'est pourquoi, comme préalablement à toute formation, nous conseillons aux postulants à cette activité de passer quelques jours avec un éleveur. Cela permettra au jeune de se rendre compte de ses propres motivations afin de poursuivre dans cette voie (15).

La plupart de ces formations canines sont fiables puisqu'elles sont agréées par le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation. Ces études sont, alors, sanctionnées par des diplômes d'État. Leur reconnaissance donne, ainsi, droit aux bourses du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation, et au maintien des allocations familiales. Outre un enseignement général, elles apportent une double compétence, à la fois technique et commerciale.

Avant d'étudier les différentes études adaptées à cette profession, examinons la Figure 1 qui présente le cursus des formations canines.

1. Quatrième et Troisième préparatoires aux métiers du chien et de l'animalerie

a. Admission

Les élèves issus d'une classe de Cinquième ou de Quatrième peuvent être admis dans ces classes, après examen du dossier scolaire et un entretien de motivation.

b. Scolarité

Un enseignement général, technique et pratique est dispensé pendant trente heures de cours hebdomadaires. Outre l'élevage canin, cette formation est axée sur l'animalerie.

En fin de cycle, les élèves sont inscrits à l'examen du Brevet des collèges dans la série professionnelle.

c. Orientations possibles en fin de cycle

À la fin de la Troisième préparatoire, les élèves peuvent s'orienter vers :

c.1 Le Brevet d'Enseignement Professionnel Agricole (BEPA)

- soit en élevage canin par voie scolaire (Maison Familiale Rurale de Mortagne-au-Perche) ou par apprentissage (CNFA de Saint-Gervais d'Auvergne) ;
- soit en vente en animalerie par voie scolaire (CFPAJ de Pontaurmur, Maison Familiale Rurale de Mortagne-au-Perche) ou en apprentissage (CNFA de Saint-Gervais d'Auvergne).

c.2 Le métier d'Agent cynophile de sécurité

Le diplôme est homologué au CNFA de Saint-Gervais d'Auvergne et à la Maison Familiale Rurale de Mortagne-au-Perche.

c.3 Le métier de toiletteur canin

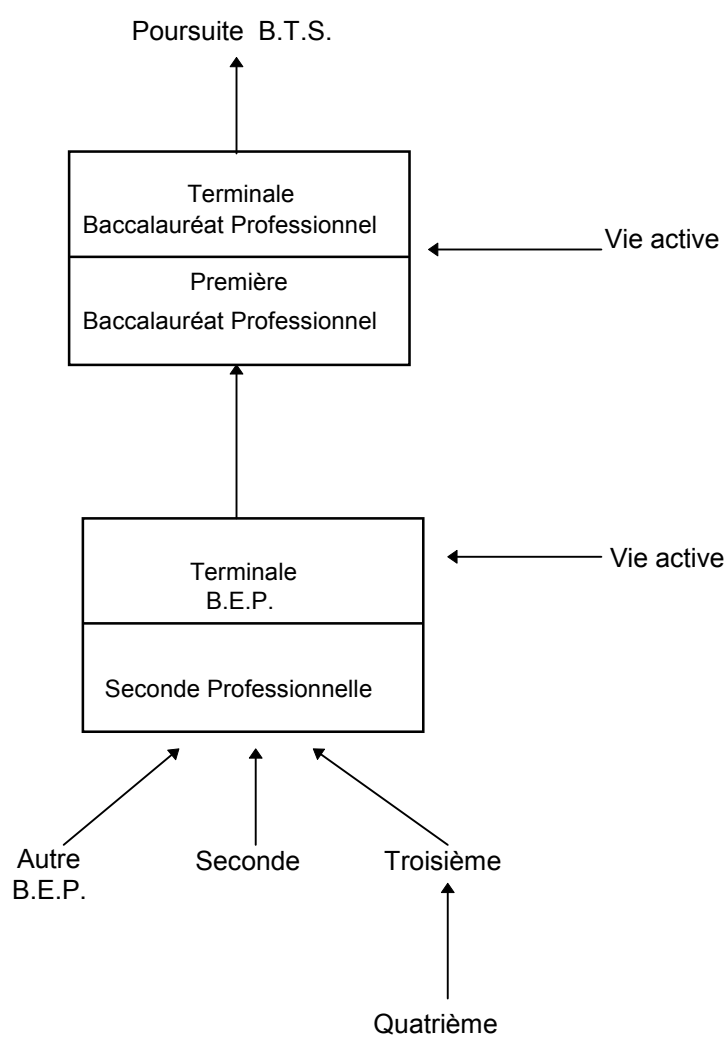
Le seul diplôme homologué par l'Etat (arrêté ministériel du 28 juillet 1988) et reconnu par la profession est le Brevet de compagnon toiletteur d'animaux domestiques option canine. C'est un diplôme de niveau V, type CAP. La formation se fait par alternance, soit en contrat de qualification, soit en contrat d'apprentissage. Notons que 98 % de cette formation passe par cette dernière forme (1-35).

Rappelons que le contrat de qualification est un contrat de travail à durée déterminée, en général de deux ans. Le salarié perçoit une rémunération qui est un pourcentage du SMIC. Ce pourcentage augmente avec l'ancienneté et l'âge du salarié. Le coût de la formation est pris en charge par l'entreprise.

8 centres de formation professionnelle sont officiellement reconnus par le Ministère des PME, du Commerce et de l'Artisanat et le Ministère de l'Agriculture (arrêté du 1^{er} février 1995) pour dispenser la formation qualifiante homologuée par ce diplôme. Ceux-ci sont répertoriés en annexe.

Cependant, même s'il existe aujourd'hui un diplôme délivré à l'issue de cours homologués, la formation de toiletteur est toujours à l'heure actuelle la bouteille à l'encre. Elle est caractérisée par un enseignement sauvage comprenant de

Figure 1 - Cours des formations canines



nombreuses formations durant trois à quatre mois (27). Le savoir est, encore, dispensé par un maître au sein d'un salon de toilettage, des cours intensifs en instituts spécialisés ou des cours par correspondance.

c.4 Les autres Brevets d'enseignement professionnel proposés par le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation et celui de l'Education Nationale

Les établissements formateurs sont le CFPAJ de Pontaurmur, le CNFA de Saint-Gervais d'Auvergne et la MFR de Mortagne-au-Perche.

2. Formations initiales

Les formations de niveau V de type CAPA ou BEPA ont été réorganisées par décret. Aujourd'hui, on peut préparer le diplôme du CAPA ou du BEPA séparément ou en les associant.

a. CAPA employé d'élevage

a.1 CAPA non renouvelé

a.2 CAPA renouvelé

a.2.1 Par voie scolaire

Il se prépare en trois ans après une classe de Cinquième. L'élève suit les classes de Quatrième et Troisième préparatoires ou Quatrième et Troisième technologiques, puis suit l'année du CAP.

a.2.2 Par apprentissage

Le contrat est effectué sur un à trois ans en fonction du niveau du jeune à l'entrée en apprentissage. L'âge limite est de 25 ans.

Dans le cadre de l'apprentissage, ce diplôme se prépare par unités capitalisables (UC). Pour chaque unité acquise, l'élève reçoit une attestation valable cinq ans. Le diplôme est obtenu quand toutes les UC ont été passées avec succès.

a.3 Cas particulier du CAPA associé au BEPA

Dans certaines options, les élèves qui préparent un BEPA peuvent en même temps, en deux ans, préparer un CAPA associé. Notons qu'il peut y avoir un ou plusieurs CAPA associés au BEPA.

Cette formule possède un intérêt non négligeable : le CAPA donne à l'élève la maîtrise d'un métier précis, et, le BEPA lui permet de continuer vers le Brevet de Technicien Agricole (BTA) ou vers un Baccalauréat Professionnel.

Dans les établissements concernés par cette formule, la formation est organisée de façon à permettre aux élèves la préparation des deux diplômes simultanément.

b. BEPA rénové option "Exploitation", spécialité "Elevage Canin et Félin"

Rappelons que le Brevet d'Etudes Professionnelles Agricoles est un diplôme de niveau V délivré par le Ministère de l'Agriculture.

b1 Objectif et caractéristique de la formation

Les objectifs et les caractéristiques de la formation correspondent aux compétences à acquérir.

Les particularités de ce diplôme sont précisées dans les arrêtés du 20 juillet 1989 et du 20 juillet 1989 modifié, dans l'arrêté du 31 janvier 1991, dans les arrêtés du 14 mai 1991 et du 14 mai 1991 modifiés. Une édition de décembre 1992 annule et remplace la deuxième édition publiée en octobre 1989.

L'option Exploitation du BEPA rénové comporte plusieurs spécialités comme l'élevage canin, l'élevage et les cultures fourragères, l'élevage hors-sol et spécialisé, ou encore l'aquaculture. Ces spécialités correspondent à des supports pédagogiques et professionnels pour différents métiers d'éleveurs. Ainsi, l'élève souhaitant se diriger vers l'élevage canin doit-il choisir la « Spécialité élevage canin ».

Cette formation de BEPA née à la rentrée scolaire de 1990 est une spécificité de l'enseignement agricole. D'ailleurs, la création d'un diplôme officiel type BEP par la voie scolaire se justifiait par la particularité de l'activité professionnelle de l'élevage canin par rapport à l'élevage traditionnel.

b.2 Conditions d'accès à ce diplôme

La préparation à ce diplôme est ouverte aux filles et aux garçons âgés de 16 à 25 ans.

Il existe différents systèmes de formation.

b2.1 Par voie scolaire

Cette formation scolaire à temps plein est étalée sur (15) :

- deux années d'études

Des niveaux requis sont nécessaires. On peut accéder à cette formation après :

- une classe de Troisième du premier cycle de l'Enseignement secondaire de l'Education Nationale,
- une classe de Troisième préparatoire ou technologique,
- l'obtention d'un CAP. ou après avoir suivi la formation complète conduisant au CAP,
- un CAPA employé d'élevage.
- une année d'étude

La première année de BEPA est, alors, dispensée après :

- un BEP d'une autre filière,
- un diplôme de niveau supérieur,
- une classe de Première du second cycle de l'Enseignement secondaire,
- un CAPA dont la préparation peut être associée à la préparation du BEPA.

Néanmoins, les établissements recrutent après un entretien et un examen du dossier scolaire.

b2.2 Par l'apprentissage (15)

Cette formation se fait en alternance étalée sur deux ans.

L'admission, à cette formation, s'effectue après :

- une classe de Troisième c'est-à-dire à la fin d'une scolarité du premier cycle de l'Enseignement secondaire ;
- un CAP ou après avoir suivi la formation complète conduisant au CAP ;
- un CAPA dont la préparation peut être associée à celle du BEPA postulé.

Deux autres conditions doivent, aussi, être remplies :

- avoir été reconnu apte au travail (le jeune doit impérativement faire établir un certificat d'aptitude au travail délivré par la médecine du travail de l'entreprise d'apprentissage) ;
- avoir trouvé et signé un contrat avec un maître d'apprentissage.

b2.3 Adultes - Enseignement par correspondance - Candidats libres

b3. Organisation de la formation

Le diplôme se prépare généralement en 2ans.

Les cours en milieu scolaire et l'apprentissage chez un maître de stage se succèdent en alternance : quinze jours d'enseignement théorique dans l'établissement et quinze jours d'enseignement pratique chez un professionnel (15).

b3.1 Formation dans les établissements

La formation est organisée en modules. On distingue :

des modules d'enseignement général ou modules G. Ces modules sont communs à toutes les options. Ils représentent 820 heures d'enseignement. On y distingue :

des modules du secteur professionnel ou modules S. Ils constituent une masse horaire de 285 heures.

des modules de spécialités professionnelles ou modules P. Ils sont, évidemment, axés sur l'élevage canin. 560 heures sont orientées sur le chien. On y traite de son élevage, de son toilettage ou de son dressage.

et aussi, **le Module d'Initiative Locale (MIL).**

Notons que le MIL est orienté au Lycée Professionnel Agricole (LPA) de Saint-Gervais d'Auvergne, sur le chien de défense ou sur le chien de chasse. À la MFR de Mortagne-au-Perche, ce même module est lié à une activité de chiens retrievers.

b3.2 Formation en milieu professionnel

Outre les modules enseignés dans les établissements, la formation comprend aussi des stages en exploitation d'une durée totale de dix à douze semaines. Sur les dix à douze semaines de stages, huit semaines sont prises sur la période scolaire de formation en centre.

Au LPA de Saint-Gervais d'Auvergne, ces stages s'effectuent par période de trois à quatre semaines sur les deux années de formation, ce qui donne douze semaines de stage en entreprise.

b3.3 Particularités de l'organisation de la formation dans le cadre de l'apprentissage

La formation, dans ce cas, se fait à la fois à partir de cours dispensés dans l'établissement formateur et à partir de séjours chez le maître d'apprentissage.

Le BEPA se prépare en 1 200 heures réparties sur deux ans. L'apprenti effectue dans l'élevage canin trois périodes de cinq semaines, de 35 heures lors de chacune des deux années. Juste avant les épreuves de premier groupe, l'élève termine sa formation par une période d'une semaine de 30 heures à l'exploitation. Cela constitue, au total, 31 semaines de formation dans l'élevage.

Remarque : les conditions requises pour être apprenti, les obligations de l'apprenti, du maître d'apprentissage et du centre, ainsi que les avantages de la formation par apprentissage sont repris en annexe dans la partie consacrée à l'apprentissage.

b4. Durée et horaires de la formation

Le Tableau 6 récapitule les horaires des enseignements.

b5. Régime scolaire

C'est souvent celui de l'internat.

b6. Congés scolaires

Ils sont fonction de la zone scolaire.

b7. Sanction des études

Les études sont sanctionnées par la délivrance d'un diplôme. Ce diplôme est national ; il est délivré par le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation.

Pour l'obtenir, le jury tient compte des résultats du candidat, lors de deux groupes d'épreuves :

▪ Épreuves du premier groupe :

Celles-ci s'effectuent en fin de cycle et comprennent :

- une épreuve d'expression écrite ;
- une étude d'un ou plusieurs problèmes techniques. Cette épreuve se fait par écrit ;
- la soutenance du rapport de stage. Elle s'effectue par oral à partir d'un document écrit : le rapport de stage.

▪ Épreuves du deuxième groupe :

Ce sont les contrôles certificatifs en cours de formation (CCF), validés par un jury. Ces CCF s'effectuent au cours du cycle, pendant les deux années le constituant.

Si les CCF sont invalidés, des épreuves de substitution sont organisées à la fin de la deuxième année de formation.

La délivrance du diplôme s'effectue pour 50 % en contrôle continu et pour 50 % en examen final (écrit et oral).

b8. Débouchés ou poursuite d'études

Une fois titulaire du BEPA, les élèves entrent dans la vie active soit vers l'élevage de chiens, soit vers les métiers annexes comme le dressage, le toilettage, les pelotons cynophiles de l'armée ou la gendarmerie.

Mais ce BEPA permet surtout de poursuivre ses études vers :

- le Bac Pro élevage canin et félin,
- le Bac Pro vente en animalerie,
- un autre Bac Pro proposé par le Ministère de l'Agriculture ou l'Education Nationale.

b9. Établissement de formation au BEPA canin

Deux lycées et huit Maisons Familiales Rurales (MFR) préparent au Bepa

LEGTA Édouard Herriot (01600 Trevoux)

Lycée Professionnel Agricole (LPA) (63390 Saint-Gervais d'Auvergne)

Dans cet établissement, la formation au BEPA a lieu, sur le site de Saint-Gervais d'Auvergne, par la voie scolaire au Lycée Professionnel Agricole (LPA) ou en apprentissage au Centre National de Formation d'Apprentis (CNFA).

Maison Familiale Rurale - Centre de Formation par alternance (61400 Mortagne-au-Perche)

Maison Familiale Rurale d'Education et d'Orientation (MFREO) (21140 Semur-en-Auxois)

Maison Familiale Rurale "Les Pins Hallet" (56910 Carentoir)

Maison Familiale Rurale d'Education et d'Orientation (MFREO) (56490 Guilliers)

Centre de formation (81600 Brens)

b10. Coûts et Bourses d'études (21)

Le coût de la scolarité s'élève à environ 1 530 euros par an, frais d'hébergement compris.

Les déplacements chez le maître de stage sont à la charge de l'élève.

Des aides financières sont étudiées au cas par cas.

b11. Profil des étudiants en BEPA élevage canin

Afin de mieux cerner le profil des étudiants en BEPA élevage canin, une enquête a été réalisée, au cours de l'année scolaire 1993-1994, sur les 40 élèves des deux classes de la première année de BEPA de la MFR de Mortagne-au-Perche.

Ces élèves ont en moyenne 16 ans et demi, avec une proportion de 53 % de filles.

55 % des élèves proviennent d'un établissement public. L'origine scolaire des élèves se répartit comme suit :

- 32 % des jeunes sont issus d'une classe de Troisième normale de collège ;
- 27 % sont issus d'une Troisième préparatoire du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation. En majorité, ces jeunes proviennent de MFR ;
- 12,5 % sont issus d'une Troisième technologique de l'Éducation Nationale ;

Tableau 14 - Horaires des enseignements modulaires pour le BEPA élevage canin
(en heures)

	Voie scolaire	Apprentissage
le module G1 , intitulé "Expression, communication et pratique de la langue française."	160	108h
le module G2 , intitulé "Pratique d'une langue étrangère". Généralement, cette langue est l'anglais	120	72h
le module G3 , intitulé "Pratique et gestion raisonnée des activités physiques et sportives."	165h	108h
Le module G4 , intitulé "Vie sociale, civique et culturelle."	105h	72h
Le module G5 , intitulé "Initiation au monde contemporain."	100h	72h
Le module G6 , intitulé "Mathématiques et traitement de données."	170h dont 140 h pour les Mathématiques et 30 h pour l'Informatique	108h
Le module S1 , intitulé "Fonctionnement des systèmes d'exploitation.".	120h	72h
Le module S2 , intitulé "Connaissance du vivant.".	100h	72h
Le module S3 , intitulé "Initiation scientifique et transformation de la matière énergétique."	75h	54h
Le module P1 intitulé "Le marché canin et félin, réglementation et approche des prix de revient."	80h	54h
Le module P2 intitulé "Conduite d'un processus de production en élevage canin et félin.".	485h	324h
Le module P3 intitulé "Module d'adaptation régionale" ou MAR	90h	72h
Le module d'initiative locale ou MIL	90h	72h

Contenu de la formation en apprentissage : Le CNFA est chargé de compléter la formation reçue par l'apprenti en entreprise. La formation qui totalise 1260 heures au centre est dispensée sous forme de modules.

- 10 % sont issus d'une classe de Seconde.

30 % des élèves ont pris connaissance de cet établissement par la publicité dans la presse. Notons que la MFR de Mortagne-au-Perche publie des encarts publicitaires dans la presse canine comme Revue Chiens 2000 ou Chien Actuel, mais aussi dans la presse spécialisée sur le chien de chasse. Ce dernier aspect est lié à l'engouement de son Directeur pour ce type de loisirs. On peut aussi remarquer que 19 % des jeunes ont connu cet établissement par leur Conseiller d'orientation.

Ces jeunes ont choisi cet établissement car :

- pour 28 %, la MFR pratique l'alternance (les cours théoriques alternent avec les stages), mais aussi parce qu'elle propose des stages de qualité ;
- pour 17 %, l'établissement prépare à un métier précis ;
- pour 16 %, l'établissement leur offre de bonnes chances d'acquérir un diplôme.

Interrogés sur la profession qu'ils souhaitent exercer plus tard, les élèves répondent pour :

- 46 % : agent cynophile de sécurité,
- 43 % : éleveur,
- 5 % : un métier dans l'agro-alimentaire,
- 3 % : dans la gendarmerie, l'armée...

Remarque : il est possible d'opter pour l'enseignement à distance avec la société Educatel.

3. Brevet de Technicien Agricole (BTA) - Option "Production" - Qualification professionnelle "Conduite de l'élevage canin"

Le Brevet de Technicien Agricole ou BTA, permettant une qualification professionnelle cynophile, appartient à l'option "Production". C'est une des quatre options (Production, Transformation, Commercialisation et Services, Aménagement de l'espace) définies par l'arrêté du 12 août 1991. La qualification professionnelle est, bien évidemment, orientée sur la "Conduite de l'élevage canin".

a. Objectifs de la formation

Ils découlent de la qualification des fonctions et des compétences de Technicien en élevage de chiens.

Le service de l'Enseignement technique et des formations professionnelles souligne dans sa présentation générale du diplôme que « *le titulaire du BTA a une qualification professionnelle de niveau IV qui doit lui permettre d'exercer les fonctions de :*

- *Responsable ou associé dans une exploitation agricole qui selon les potentialités locales, les choix économiques nationaux, les décisions individuelles est capable de mettre en place un système de production (dans notre cas de qualification professionnelle, ce système de production est l'élevage canin) ;*
- *Technicien dans les secteurs de la production agricole, de la transformation et du*

contrôle de la qualité des produits agricoles, de la distribution et de la commercialisation de ces produits, dans les entreprises d'approvisionnement ou de services pour l'agriculture, dans les organismes publics d'aménagement de l'espace...

Ces compétences à acquérir sont fondées sur :

- *des connaissances et des pratiques scientifiques, culturelles, économiques et sociales,*
- *la maîtrise des gestes professionnels et des techniques d'expression,*
- *la capacité d'organiser son travail et son temps.*

Ces compétences doivent permettre au titulaire du BTA de :

- *travailler en collaboration avec des partenaires sociaux et économiques, et de rendre compte de sa propre activité,*
- *s'adapter et réagir aux changements technologiques, économiques et sociaux,*
- *se situer et intervenir dans une société en mouvement en qualité de travailleur et de citoyen,*
- *participer au développement et à l'animation du milieu dans lequel il s'insère ».*

C'est le diplôme exigé pour bénéficier des aides et des prêts bonifiés à l'installation. Correspondant à un Baccalauréat, les BTA se sont transformés, en 1995, en Baccalauréats technologiques ou en Baccalauréats professionnels.

b. Conditions d'accès

b.1 Par voie scolaire :

La formation dure deux ans.

L'élève accède à cette formation après :

- une classe de Seconde générale, de Seconde de détermination de l'Education Nationale ou de Seconde technologique avec une préférence pour l'enseignement optionnel "Sciences biologique - Agronomie" ou "Sciences biologiques et Technologie agricole". Il faut, néanmoins, obtenir l'avis favorable du conseil de classe de l'établissement d'origine du candidat ;
- l'obtention d'un BEPA et d'un avis favorable du conseil de classe de l'établissement d'origine ;
- l'obtention d'un BEP ou Brevet de Technicien ;
- avoir terminé antérieurement une classe de Première, être âgé de moins de 21 ans, et obtenir l'avis favorable du conseil de classe ou du conseiller d'orientation du lycée d'origine. Cependant, ce cas nécessite l'accord du directeur de l'établissement d'accueil (Formation récurrente).

b.2 Par l'apprentissage :

La formation dure deux ans.

Le recrutement se fait après:

- une classe de Seconde générale ou technologique,
- l'obtention d'un BEPA ou BPA dans une option compatible avec le BTA canin..

Dans ces deux cas, les étudiants issus de ces deux cursus doivent suivre une préparation d'au moins 1 600 heures d'enseignements généraux, technologiques et professionnels au Centre de Formation Agricole (CFA).

- l'obtention d'un niveau IV de l'Enseignement technologique et professionnel.

Ils devront suivre, alors, une formation d'au moins 800 heures au CFA.

Généralement, le recrutement dans les divers établissements se fait après étude du dossier de candidature et du dossier scolaire, après des tests de sélection, et après un entretien de motivation (19). L'entretien permet de sélectionner les candidats les plus motivés d'autant que ce critère est à la base de toute réussite dans ce métier.

b3. Par la formation continue

C'est la voie de la promotion sociale.

b4. Par la formation professionnelle

La durée de la formation varie entre 12 et 18 mois.

Les conditions d'accès sont :

- être âgé d'au moins 18 ans,
- justifier de deux années d'activités professionnelles ou avoir le niveau initial de formation

Il faut s'adresser au Service Orientation Formation Continue de chaque SRFD.

Nous n'avons pas trouvé, lors de notre recherche, d'établissement conventionné à ce titre !

Remarquons, aussi, que d'après les articles premiers des lois du 9 juillet 1984 et du 31 décembre 1984 concernant la participation de l'Enseignement et de la Formation Professionnelle Agricole à la coopération internationale, il est prévu, par décision du Ministre de l'Agriculture, que des jeunes et des adultes de nationalité étrangère puissent être admis à ce titre pour suivre l'enseignement préparant au BTA.

c. Organisation de la formation

Puisque cet enseignement s'axe particulièrement sur l'apprentissage de techniques professionnelles, elle associe étroitement formation générale, technologique et professionnelle, ainsi que les approches pratiques à l'enseignement théorique.

Cette formation permet au jeune d'acquérir un certain nombre de compétences basées sur :

- les connaissances et une pratique scientifiques culturelles, économiques et sociales,
- la maîtrise des gestes professionnels et des techniques d'expression,
- la capacité d'organiser son travail et son temps.

L'enseignement est divisé en une formation dans les établissements et en stages.

c.1 Formation dans les établissements.

La préparation du diplôme est organisée en modules pluridisciplinaires classés en quatre types :

Les modules de base (ou modules B) regroupant les disciplines d'enseignement général.

Ces modules sont identiques pour tous les BTA. Ils représentent 910 heures d'enseignement.

- **Le module B1** enseigne "la connaissance et la pratique de la langue française, des littératures, et des moyens d'expression." Il représente 180 heures de cours ;
- **Le module B2** permet "la connaissance et la pratique d'une langue étrangère." Celle-ci est généralement l'anglais. Elle est enseignée pendant 175 heures ;
- **Le module B3** comprend "la connaissance du corps et, la pratique d'activités physiques et sportives." Il couvre 170 heures d'enseignement ;
- **Le module B4** enseigne "les connaissances et les pratiques sociales" pendant 155 heures ;
- **Le module B5** s'intitule "l'homme et le monde contemporain, les faits et les idées." Il couvre 125 heures d'enseignement ;
- **Le module B6** s'articule autour "des connaissances mathématiques et du traitement des données numériques et graphiques" pendant 105 heures.

Les modules du secteur, dénommés modules SP, identiques pour tous les BTA option "production." Ils représentent 390 heures d'enseignement qui se répartissent en trois modules :

- **Le module SP1** ou "Connaissance de la matière et du vivant" pendant 170 heures ;
- **Le module SP2** ou "Organisation et conduite de l'exploitation agricole" pendant 125 heures ;
- **Le module SP3** ou "Étude de filière" pendant 95 heures.

Les modules de qualification ou QP fondés autour de l'élevage canin. Ils représentent 560 heures d'enseignement.

- **Le module QP2** ou "Sciences et Techniques communes aux productions agricoles" pendant 120 heures ;
- **Le module QP18** ou "Conduite de l'élevage canin" pendant 120 heures ;
- **Le module QP5** ou "Choix et maintenance des équipements" pendant 120 heures ;
- **Le module QC3** ou "Démarches commerciales et techniques de vente" pendant 100 heures.

Le module d'initiative locale (MIL). Il permet d'approfondir une technologie et représente 120 heures d'enseignement. Au Lycée de Saint-Gervais d'Auvergne, ce module est basé sur l'éducation canine.

Notons que chaque centre peut proposer des orientations différentes, notamment à partir des modules de qualification et des modules d'approfondissement qui sont retenus dans chaque secteur pour chaque centre de formation.

c.2 Stages en entreprise.

Des stages se déroulent pendant 10 à 14 semaines (soit 350 à 500 heures) sur les deux années de formation. Généralement, ces stages sont répartis par périodes de 2 à 4 semaines.

Ces stages sont consacrés plus particulièrement aux pratiques professionnelles et sociales dans les ateliers technologiques ou dans les entreprises extérieures. Ils se déroulent dans au moins deux exploitations, entreprises ou organismes différents dont un professionnel de l'élevage canin.

Un rapport ou un court mémoire écrit est élaboré à l'issue de ce stage de longue durée. L'évaluation de ce rapport de stage devant un jury est une des trois épreuves terminales de l'examen final.

Durant ces stages, le jeune reste élève de l'établissement scolaire. D'ailleurs, le chef d'établissement conclut une convention avec le responsable de l'entreprise agricole accueillant le jeune. Cette convention a pour but d'établir les relations entre les deux établissements. Celle-ci est accompagnée d'une annexe pédagogique. Signalons, aussi, que pour toute période de stage, les élèves de l'enseignement technique bénéficient de la couverture du risque « Accidents de travail ».

Dans le cas des formations à rythme approprié (ce sont les établissements privés visés à l'article 5 de la loi du 31 décembre 1984), la durée de formation est d'au moins 80 semaines dont au moins 1 460 heures en établissement.

d. Sanction des études – Délivrance du diplôme

Ce diplôme, de niveau IV, est délivré par le Ministre de l'Agriculture. Pour le délivrer, le jury tient compte des résultats obtenus par l'élève :

- au contrôle en cours de formation à raison de 50 % de la note finale ;
- au contrôle final de fin de deuxième année à raison de 50 % de la note finale. Ce contrôle final comporte trois épreuves dont deux écrites à partir de documents et une épreuve orale de soutenance de rapport de stage devant un jury.

e. Débouchés et poursuites d'étude

La qualification professionnelle obtenue avec le diplôme du BTA permet au titulaire de s'installer comme éleveur de chiens ; c'est d'ailleurs le diplôme minimum exigé afin de bénéficier d'aides à l'installation. Il permet, aussi, de trouver un emploi, comme cadre moyen dans le secteur para agricole.

L'obtention du BATA ouvre au Brevet de Technicien Supérieur (BTS) proposé par le Ministère de l'Agriculture ou de l'Education Nationale.

f. Les établissements de formation

f1. Formation au BTA par la voie scolaire

- Lycée de Saint-Gervais d'Auvergne ;
- Maison Familiale Rurale de Mortagne-au-Perche.

f2. Formation par la voie de l'apprentissage

- Lycée de Cibiens.

Tableau 15 – Répartition des horaires d’enseignements en BTA

Horaire des enseignements	
Français	130 heures
Philosophie	60 heures
Anglais	160 heures
Mathématiques	110 heures
Sciences physiques	95 heures
Histoire Géographie	105 heures
Éducation socioculturelle	80 heures
Éducation physique et sportive	165 heures
Sciences économiques	200 heures
Biologie	180 heures
Sciences techniques	290 heures
Éducation canine	120 heures

N.B. Rappelons que la formation se déroule sur deux ans.

Elle comprend :

- 60 semaines (soit 1 900 à 2 000 heures) en établissement scolaire,
- 10 à 14 semaines (soit 350 à 500 heures) de stage.

4. Brevet de Technicien Supérieur Agricole ou BTSA

C'est un diplôme de niveau III.

Deux voies sont possibles pour accéder à ce diplôme :

- la voie scolaire,
- la voie de l'apprentissage.

a. Par la voie scolaire

a.1 Conditions d'accès à ce diplôme

En fonction du diplôme acquis, certains candidats sont choisis de manière prioritaire.

a.1.1 *Candidats choisis prioritairement :*

- ceux qui disposent d'un diplôme de BTA ;
- ceux qui disposent d'un diplôme de Baccalauréat général scientifique ;
- ceux qui possèdent certains Baccalauréats technologiques : ce sont le Baccalauréat STAE (Sciences et Technologies de l'Agronomie de l'Environnement) et le Baccalauréat STPA (Sciences et Technologies du produit Agro-alimentaire).

a.1.2 *Candidats pouvant également postuler :*

- les titulaires d'autres Baccalauréats sur dérogation ;
- les étudiants reçus à l'ESEUB (Examen spécial d'entrée à l'Université).

a.2 Durée de cette formation

Selon cette voie d'enseignement, la durée de cette formation est de deux ans, avec au moins douze semaines de stage.

a.3 Délivrance du diplôme

Ce diplôme est délivré pour 50 % par contrôle continu, c'est-à-dire en cours de formation. Le reste de la note est obtenu lors de trois ou quatre épreuves terminales en fin de deuxième année.

b. Par la voie de l'apprentissage

Les conditions d'accès sont les mêmes que celles énoncées pour la voie scolaire.

Attention : Le retrait des dossiers en classe de BTSA se fait avant la mi-avril, auprès du Service Régional de la Formation et du Développement (SRFD) ou auprès du Lycée agricole du département. Pour l'enseignement privé, il faut s'adresser directement auprès des établissements concernés.

c. Par la formation continue

Les SRFD (Services Régionaux de Formation et Développement) renseignent sur les possibilités et les lieux de formation (voir en Annexe).

5. Brevet Professionnel Agricole (BPA) d'élevage canin

Ce diplôme de niveau IV est une formation professionnelle adulte.

Il n'est préparé que dans un seul établissement : le Lycée Saint-Gervais d'Auvergne.

a. Conditions d'accès à cette formation

Étant donné que c'est une formation professionnelle adulte, elle est réservée aux personnes âgées d'au moins 18 ans à la date d'ouverture du stage.

De plus, il faut avoir exercé au moins une année d'activité professionnelle. Notons que les périodes passées en apprentissage agricole peuvent être prises en compte. Par contre, les périodes de stage incluses dans les filières scolaires ne sont pas acceptées dans ce décompte. Néanmoins, les responsables des centres de formation peuvent exiger que l'activité professionnelle exercée soit en rapport avec la formation.

Cette formation est dispensée aux inscrits à l'ANPE comme demandeurs d'emploi et bénéficiaires du fonds de formation.

b. Préparation et organisation de la formation

Ce brevet est préparé en trois certificats (économie, gestion, et certificats techniques). Il peut, aussi, être préparé en Unités de Contrôle capitalisables (UC) dans les centres agréés. Le stagiaire conserve le bénéfice des UC acquises pendant cinq ans.

La durée moyenne de formation est de 800 heures.

c. Coût

Elle est gratuite pour certains et rémunérée pour d'autres. De toute manière, cette formation est intéressante pour les chômeurs.

6. Formation à l'examen du certificat de capacité

Si certains cynophiles tentent de passer individuellement l'épreuve d'évaluation au certificat de capacité, d'autres ont besoin de suivre un stage préalable. Ainsi, les formations d'initiative publique ou privée, rendues indirectement obligatoires par la loi du 6 janvier 1999, pour l'obtention de ce certificat ont-elles fleuri (4). Cependant les stages organisés par la Société Centrale Canine (SCC) et la Société francophone de cynotechnie (SFC) sont les plus sérieux.

a. Stage organisé par la Société Centrale Canine (4-39)

Suite à l'arrêté du 20 juillet 2001 paru au Journal Officiel du 29 juillet 2001, le Ministère de l'Agriculture a reconnu et validé trois protocoles de reconnaissance pour la SCC dans le but de l'obtention du Certificat de capacité à la détention et à l'élevage des animaux d'espèce domestique : l'obtention du Certificat de formation à l'élevage canin de la SCC est l'un d'eux. Ce Certificat de formation à l'élevage canin permet à la SCC, à la Société Canine Régionale et aux Clubs de race les plus importants de former en interne les éleveurs canins.

Le Ministère a accepté que la SCC ne reprenne que trois unités de valeur sur les cinq retenues pour cette formation capacitaire. Ces trois unités de valeur sont :

- le chien en tant qu'espèce,
- exposition et vente,
- formation-éducation-dressage et comportement

Les deux unités de valeur restantes sont le chat en tant qu'espèce, et les autres espèces domestiques. Cette entente permet de concentrer les efforts de formation de la SCC sur des domaines qu'elle connaît bien et de focaliser la mise à niveau des connaissances sur le chien.

Ce stage est élaboré en collaboration avec l'Unité de Médecine de l'élevage et du sport (Umes), dirigée par le Professeur D. GRANDJEAN au sein de l'Ecole Nationale Vétérinaire de Maisons-Alfort (ENVA), qui fournit aussi les intervenants, qui sont tous des vétérinaires. Le « Guide de l'élevage canin » du Dr vétérinaire E. PIERSON sert de base de travail.

Les éleveurs demandeurs d'affixes accèdent gratuitement à cette formation.

Les éleveurs sont, par la suite, listés par le service informatique de la SCC afin d'élaborer une liste d'éleveurs ayant satisfait à la « formation initiale » de la Commission d'élevage.

Par la suite, les éleveurs titulaires du Certificat de formation initiale à l'élevage canin de la SCC peuvent suivre dix modules d'approfondissement :

- génétique niveau 1,
- génétique niveau 2,
- comportement et aptitude à l'utilisation,
- fiscalité,
- alimentation,
- reproduction niveau 1,
- reproduction niveau 2,
- maladies d'élevage infectieuses,
- maladies d'élevage parasitaires,
- morphologie et allures.

Les intervenants sont désignés par la Commission zootechnique de la SCC. Ces stages durent une journée.

En conclusion, la SCC a mis en place un outil de formation à destination des éleveurs LOF et des nouveaux demandeurs d'affixes. Puisque la Commission d'élevage a maintenant comblé son retard., les éleveurs canins peuvent, avec la participation active des Associations affiliées, être rapidement titulaires du Certificat de capacité puis suivre un cursus valorisant de formation.

b. Stage organisé par la Société francophone de cynotechnie (SFC)

A l'instar de la SCC, la SFC permet aux éleveurs d'obtenir l'équivalence au Certificat de capacité.

7. Enseignement à distance

Des organismes d'enseignement à distance préparent aux formations d'éleveurs canins.

C'est le cas d'Educatel qui est un établissement privé d'enseignement à distance soumis au contrôle pédagogique de l'État. Il y est possible de débiter ces études à tout moment

de l'année. Les salarié(e)s ont la possibilité de suivre ces études dans le cadre de la Formation Professionnelle Continue.

Notons que cet organisme prépare, aussi, à la formation d'autres métiers canins comme maître de chenil, toiletteur canin, auxiliaire de santé animale ou secrétaire assistante vétérinaire.

D'autre part, l'éleveur peut aussi se perfectionner de manière permanente en visitant les expositions canines et en parcourant la littérature spécialisée

Bien souvent, ces études ne sont pas à la hauteur des espérances des jeunes élèves intéressés par la vie des chiens. Souvent ces jeunes n'ont pas le niveau requis notamment dans les matières scientifiques (ce qui ne veut pas dire qu'ils sont mauvais) pour devenir vétérinaire comme ils l'ont pendant longtemps espéré. D'autres ont des difficultés à suivre un cursus d'enseignement normal. Ainsi, faut-il adapter le niveau de ces études à ces jeunes en difficultés afin de ne pas les marginaliser davantage et leur permettre quand même de vivre leur amour des chiens jusque dans une profession.

Le triptyque : Formation des éleveurs → Production de reproducteurs → Elevage dans le respect du bien-être animal, ouvre, ainsi, la voie vers une reconnaissance de « l'éleveur sélectionneur » à l'exemple des éleveurs d'animaux de rente, sachant que le chien est bien évidemment soumis à plus d'exigence pour la notion de bien-être (39).

G. Perspectives de la profession d'éleveur

Les débouchés sont limités et généralement peu lucratifs, les investissements sont élevés et les frais de gestion importants –la nourriture est particulièrement onéreuse- pour exercer cette activité d'éleveur professionnel. Or, cette profession a vu se développer de nombreux élevages canins amateurs qui bien souvent sont des activités annexes ou sont exercés de façon accessoire par des propriétaires de chenil ou des dresseurs de chiens. Les éleveurs doivent compter avec cette concurrence développée par des particuliers amateurs qui font de l'élevage à petite échelle pour leur plaisir ou pour amortir l'achat et l'entretien de leurs animaux personnels. Dès lors, heureusement que la concurrence entre les éleveurs canins sur le marché français n'est pas agressive et semble plutôt stimulante (5). Ce fait est d'autant préférable que se profile de nouveaux enjeux pour cette profession.

Dans notre société, la place occupée par le chien est de plus en plus importante. Si les USA détiennent le record mondial avec 62 millions de chiens, la France se situe au second rang mondial et à la première place européenne (5). A titre de comparaison, la Grande-Bretagne possède 7,3 millions de chiens, l'Italie 6,1 millions, l'Allemagne 3,7 millions, l'Espagne 3 millions, et les Pays-Bas 1,35 millions (5). Or, malgré ce paysage cynophile morose à l'échelon mondial et une perspective économique générale défavorable, les éleveurs français tirent leur épingle du jeu et affichent, une fois de plus, des scores honorables. Ainsi, malgré l'existence d'un marché parallèle faisant la part belle aux chiens non-LOF, le marché du chien de race se porte plutôt bien dans l'Hexagone. L'achat d'un chien de pure race, même s'il est loin d'être ancré dans tous les esprits, reste stable (46).

1. Les nouveaux enjeux de la profession

a. enjeux cynophiles (45–46)

La cynophilie n'est pas très claire dans l'esprit du public, qui a souvent du mal à différencier pedigree, carnet de santé, LOF, non-LOF, etc.

Le rôle des éleveurs est donc d'informer les propriétaires de chiens sur toutes ces subtilités, mais, aussi, de conseiller les futurs acquéreurs. En effet, de nombreux problèmes pourraient être évités si les éleveurs incitaient à la prudence avant l'acquisition d'un chiot.

De plus, la question de la refonte ou de la modification en profondeur du Livre généalogique fait actuellement débat, car, depuis plusieurs années, le public se désintéresse de l'examen de confirmation, spécificité totalement française. En effet, l'augmentation des inscriptions du nombre de chiens au LOF n'empêche pas une baisse du nombre des confirmations. Cette désaffection pour la confirmation s'explique d'autant plus mal que l'examen n'est pas particulièrement difficile, que le taux de refus est faible (2,8 % en 2001), et que la SCC recommande un jugement pondéré. Cependant, même s'il n'est pas onéreux, le montant d'inscription pour cet examen peut constituer un frein.

S'imposant dorénavant comme une contrainte et empêchant le LOF de progresser, il devient légitime de se demander si l'examen de confirmation conserve toute son utilité. Un projet de décret prévoit, ainsi, la disparition de la confirmation au profit d'un pedigree à deux vitesses :

- l'un serait accordé d'office aux chiots issus de parents inscrits au LOF. Ainsi, tout chiot issu de parents inscrits au LOF sera directement inscrit au LOF. Par contre, l'affixe, les origines et les titres ne figureront pas sur ce pedigree. L'examen de confirmation ne sera, donc, plus nécessaire pour que sa descendance, issue d'une reproduction avec un autre chien LOF soit à son tour inscrite au LOF ;
- ce pedigree pourra être, secondairement, certifié après un examen. Le chien sera examiné vis-à-vis de nombreux critères, comme la morphologie, le caractère, ou l'absence de tares génétiques... Reçu à cet examen, le chien deviendra « reproducteur recommandé ». L'affixe, les origines et les titres figureront, alors, sur son pedigree.

Le but n'est pas de supprimer la confirmation, mais plutôt de faire accéder plus facilement davantage d'individus au rang de chien de race. Tous les chiens absents à l'examen de la confirmation rejoindront, alors, les sujets confirmés et augmenteront les effectifs de chiens de race, sans négliger l'aspect financier pour la SCC.

Or, ce projet entraîne de multiples inquiétudes et des réactions très différentes de la part des éleveurs mais aussi des Clubs et des Associations de race. Certains critiquent la suppression de l'examen de confirmation pour faciliter l'accès au pedigree, en estimant que cette action risque d'entraîner une baisse de qualité et une perte de contrôle de la sélection. En effet, vouloir augmenter le nombre de chiens inscrits au LOF risque d'aller à l'encontre de l'objectif premier du travail des éleveurs qui consiste en l'amélioration des races. Pour certains éleveurs, être issus de parents inscrits au LOF ne constitue pas une condition suffisante pour obtenir un pedigree définitif ; ils vilipendent cette nouvelle réglementation qui va inscrire au LOF des chiens susceptibles de ne pas être confirmés. Ainsi, des chiens présentant éventuellement des défauts, des chiens agressifs ou peureux, pourront disposer d'un

pedigree définitif qu'ils ne mériteront pas ; ils pourront aussi reproduire pour donner naissance, à leur tour, à des chiens LOF. Le risque de dérive vers des chiens s'éloignant de plus en plus des types décrits dans les standards n'est, donc, pas exclu, effondrant, alors d'un seul coup, une somme de travail colossale. Finalement cette suppression de la confirmation risque de profiter aux producteurs de chiens de piètre qualité. L'absence d'examen pour obtenir un pedigree définitif de chien de race sera un argument de vente pour les éleveurs peu sérieux faisant fi de toute sélection et les marchands de chiens. Car il est certain que les éleveurs sérieux et passionnés continueront à travailler dans la qualité assurant les mêmes garanties.

Les plus optimistes avancent que dans les autres pays, les mauvais sujets sont évacués du circuit de la reproduction sans qu'il y ait besoin d'examen de confirmation. Ils débattent, également, qu'en France, des chiens, présentant un potentiel génétique intéressant, peuvent être exclus de la reproduction par cet examen ou que la confirmation n'est pas obligatoirement un gage de qualité. Certains y trouvent des points positifs, comme assurer une meilleure traçabilité, du fait que les chiens seront davantage « identifiés » ; il sera, alors, plus facile de remonter à la source, notamment pour écarter de la reproduction des sujets présentant des tares génétiques. Ces éleveurs trouvent que cette simplification d'accès au rang de chien de pure race rendra plus évidente cette notion chez les futurs acquéreurs et que ces derniers auront conscience de l'intérêt de s'adresser à des éleveurs professionnels. D'autres rappellent que certains Clubs ou Associations de races établissent déjà un système à deux vitesses, approchant ce projet avec des grilles de cotations mettant en avant l'élite canine.

C'est pourquoi, R. BUCHE, président de la SCC, a souhaité que tous les producteurs canins se concertent autour de ce projet, afin de faire remonter les remarques au ministère. D'ailleurs, des aménagements seront vraisemblablement apportés à ce projet avant sa présentation devant la Commission européenne et son entrée en vigueur. Certaines propositions visent à imposer un nombre de chiens certifiés par élevage, ou à faire porter l'affixe de l'élevage aux chiots non certifiés. Reste que les Clubs et les expositions canines devront continuer à mettre en avant et à récompenser ceux qui contribuent à réduire le fossé entre le chien de race « ordinaire » et le « reproducteur recommandé ».

b. Enjeux économiques

L'INSEE a établi en 1988 que 70 % des chiens vivant en France n'avaient pas été achetés. Or, ce taux régresse chaque année car il n'est plus dans les mœurs actuels de distribuer gracieusement les petits d'une portée comme ce fut longtemps le cas. De plus, le public s'intéresse davantage aux chiens de race. Aussi, les chiots dont les parents ont été certifiés sont-ils désormais systématiquement vendus, même par les particuliers, et non plus offerts. Bon nombre de ces éleveurs amateurs se constituent ainsi une part de revenus complémentaire. On estime que sur les 800 000 chiots vendus chaque année en France, 200 000 le seraient par ce biais, soit 25 % des ventes totales ! Nous en concluons aisément que de l'argent circule, malgré l'absence réelle de traces. Or, ce marché devrait cependant revenir aux professionnels, comme les éleveurs ou les animaliers. Ces deux professions peuvent, dès lors, s'organiser et espérer voir leur part de marché augmenter, en récupérant ces 25 % qui leur échappent (23).

Cette action est d'autant plus importante que de nombreux experts considèrent que le marché canin n'est pas si extensible, et que la population de chiens en France ne devrait plus beaucoup croître. Ainsi, une étude conjointe Facco/Sofres, réalisée en l'an 2000, observe que le nombre de chiens se stabilise bien que 51 % des foyers français possèdent au moins un animal de compagnie (23).

La récession actuelle a aussi touché le secteur de l'élevage canin, d'autant plus qu'acheter un chien est rarement une nécessité, mais plutôt une source de plaisir. Ainsi, de nombreuses familles au budget modeste préfèrent-elles adopter un chien abandonné dans un refuge de protection animale ou un chiot bâtard de la chienne d'un ami. Comme ces chiens acquis à moindre frais voire gratuitement donnent tout autant de chaleur et d'amour que les individus issus d'un élevage canin réputé, il peut sembler, aujourd'hui, que la vente d'un chien de race soit plus difficile qu'il y ait quelques années.

Les éleveurs doivent, aussi, se poser des questions sur la morosité économique, sur le faible pouvoir d'achat des familles et donc sur l'éventualité de sujets de race trop chers afin de prévoir et résoudre les nouvelles difficultés inhérentes à la profession.

Néanmoins, certains éleveurs arrivent à écouler leur production même s'ils mettent quelques mois de plus qu'auparavant. Mais, ne généralisons pas trop vite car ces derniers sont souvent des éleveurs de longue date. Souvent, ils remplacent leurs premières générations de chiens vendus à des anciens clients satisfaits qui reviennent auprès de l'éleveur afin de remplacer leur compagnon décédé. De plus, de nombreuses personnes considèrent l'ancienneté dans le métier comme un gage de savoir-faire, et donc de sécurité. Notons que cette réflexion n'est pas totalement erronée dans le cas du métier d'éleveur canin, car la longévité de ces éleveurs est principalement liée et justifiée par leur sérieux et leur compétence.

D'autres éleveurs parviennent à vendre leurs chiots grâce à un bouche à oreille engendré par des clients satisfaits. Nous remarquons que ce mode d'appréciation et de vente pour l'éleveur est important dans un milieu où tout le monde se connaît. Mais, ce mode de bouche à oreille peut aussi fonctionner en sens inverse.

c. Enjeux qualitatifs (23)

Vu l'importance prise par le chien dans notre vie quotidienne, ce futur membre de la famille est de plus en plus choisi avec soin. Le public est aujourd'hui bien informé et s'intéresse à un plus grand nombre de races qu'auparavant. De plus, le désir de posséder un chien de race est en hausse. D'ailleurs, 93 % des chiens achetés actuellement sont de race pure.

Les futurs propriétaires recherchent, alors, préférentiellement, des chiens de qualité adaptés à leur mode de vie. Dès lors, nous pensons qu'une prise de conscience est en train de s'opérer, que les effets de mode, dangereux pour le chien en tant qu'individu, sont en train de s'atténuer et que cet animal risque de moins en moins d'être acheté pour autre chose que ce qu'il est. Or, l'éleveur n'est-il pas le professionnel canin le mieux placé pour conseiller les futurs acquéreurs de chien ? Saura-t-il saisir cette opportunité ?

Les vétérinaires d'Ile-de-France, eux, n'ont pas tergiversé puisque sur l'initiative de leur syndicat, ils ont offert, il y a quelques années, des consultations gratuites afin d'informer le public sur les différentes races canines.

Nous pensons, dès lors, qu'il serait utile que le producteur canin ou les associations d'éleveurs informent mieux le public sur leur travail de sélection et la cynophilie. Face aux enjeux économiques, les éleveurs ont intérêt à favoriser la qualité de leur élevage plutôt que la quantité. L'important n'est plus de faire le maximum de portées par an mais de produire de meilleures portées. Certains éleveurs ont déjà choisi cette voie et n'hésitent pas à ne faire porter leurs femelles que cinq ou six fois au cours de leur vie, afin d'obtenir les meilleurs résultats en beauté et en performance. D'ailleurs, nous avons vérifié que la manière dont les producteurs élèvent leurs bêtes s'améliore au fil des ans notamment grâce une attention soutenue, des sorties régulières et une alimentation équilibrée.

Ainsi, la médiocrité n'a-t-elle plus sa place chez les éleveurs canins. Refuser de produire de moins beaux chiens, même si la race devient à la mode, doit être le nouveau credo de l'éleveur. Prendre les meilleures souches de la race élevée ne peut être que l'objectif d'un éleveur visant la qualité.

2. De nouvelles relations partenariales

Verra-t-on apparaître, dans le futur, une nouvelle forme de relations entre l'éleveur et les autres professionnels du chien, notamment le vétérinaire, qui est le partenaire primordial de son exploitation ?

Pourquoi ne verrait-on pas, dans ces prochaines années, des éleveurs canins souscrire à un système conventionné avec leur vétérinaire ? Dans ce système, l'éleveur ne payerait plus le vétérinaire à l'acte, mais selon une cotisation annuelle à l'animal pour la totalité des soins, des suivis et des conseils. L'éleveur ne s'acquitterait, alors, que d'un forfait excluant la vente des médicaments. Ces deux partenaires, le vétérinaire et l'éleveur, sont dans ce système, intéressés par une diminution des consultations, ce qui entraîne un meilleur suivi du cheptel.

Notons que ce mode de la capitation, avec un vétérinaire, existe, depuis une vingtaine d'années, pour des éleveurs ... d'animaux de rente. Il s'effectue sous l'égide de la Fédération des Éleveurs et des Vétérinaires en Convention (FEVEC). D'après L. ROCH, animatrice FEVEC, ce type de convention pourrait s'envisager entre un vétérinaire et des éleveurs canins. La prévention des cheptels canins français en serait, alors, accrue. C'est pourquoi, M. DELACROIX essaye de mettre en place une activité canine en complément d'une activité rurale conventionnée.

3. Vers un nouveau mode d'élevage

On peut craindre de voir un jour, apparaître dans l'hexagone, des éleveurs responsables d'exploitations canines industrielles ou de fermes à chiots, comme cela se produit aux USA.

Ces éleveurs élèvent des Yorkshire terriers ou des Beagles en batterie comme des veaux. Ils entassent jusqu'à 500 chiens dans des hangars ou dans des bâtiments de ferme. Ils y traitent les lices comme de vulgaires machines à chiots, devant reproduire le plus vite possible. Ces producteurs n'ont pas de remords à immédiatement éliminer les animaux ne répondant plus aux critères de rentabilité. Dès lors, les femelles épuisées par ces conditions de vie, et les chiots qui n'ont pas trouvé preneur finissent euthanasiés ou sont vendus à des laboratoires.

Fort heureusement, ce type d'éleveur n'existe pas actuellement dans nos régions. Cependant, il ne serait pas étonnant que des personnes peu scrupuleuses du bien-être animal, puissent bientôt vouloir y implanter de tels élevages industriels. C'est déjà une réalité aux Pays-Bas où 300 femelles Yorkshire terriers s'entassent dans une étable sans jamais voir le jour. Cet exploitant ne se pose d'ailleurs guère de questions sur l'aspect affectif de ses lices, puisqu'il affirme effectuer ce travail « pour arrondir ses fins de mois ». Dès lors, il n'hésite pas à vendre les chiots à des laboratoires d'expérimentation au kilo ! Le dérapage vers des élevages concentrationnaires avec des cages insalubres, un manque de nourriture et une absence de soins est, alors, proche.

Par contre, il est peu vraisemblable qu'un éleveur se mette à produire des chiens uniquement pour leur fourrure. Malgré le retour de la fourrure au sein de la mode vestimentaire et un début de commerce français de peaux de chats, au cours du mois de novembre 2002, cette éventualité est, en France, freinée par un décret de 1991 obligeant le fabricant à inscrire sur l'étiquette l'origine animale de la fourrure commercialisée. De plus, plusieurs associations françaises de protection animale, dont la SPA et la Fondation Brigitte Bardot, veillent à cette absence d'utilisation et n'hésiteraient pas à manifester leurs courroux.

4. Le clonage synonyme du glas des éleveurs ?

Aujourd'hui, face à l'accélération potentiellement permise, tant au niveau productif que sélectif, par le clonage et la transgénèse, nous nous interrogeons sur le possible devenir des éleveurs canins (31).

En effet, l'histoire de la biologie de la reproduction retient déjà comme une date essentielle l'annonce, faite le 27 février 1997 dans les colonnes de l'hebdomadaire scientifique britannique *Nature*, de l'existence de Dolly, une brebis née dans le plus grand secret sept mois auparavant (40). I. WILMUT, K. CAMPBELL et l'équipe de l'Institut Roslin, situé près d'Edimbourg, en Ecosse, venaient de procéder, en réalisant le premier clone issu d'une cellule adulte de mammifère, à l'équivalent biologique de la scission de l'atome. Ils bouleversaient la pensée scientifique liée à la reproduction des êtres vivants et marquaient l'avènement d'une nouvelle ère biotechnologique (6). En effet, c'était la première fois qu'un mammifère était « produit » à partir d'une cellule d'un animal adulte. Dès lors, la voie à un mode de reproduction entièrement nouveau était ouverte, d'autant que, par la suite, Dolly mise bas une dizaine de descendants conçus naturellement et parfaitement sains (6). Des animaux appartenant à d'autres espèces ont, par la suite, été clonés. Ainsi, le premier clonage réussi d'un chat, date-t-il du mois de février 2002 (31). De même, un pur-sang arabe, copie génétique d'un champion, devrait naître en août 2004 en Italie. Réaliser un clone de chien, même si cela ne s'est pas encore produit, ne tient donc plus de la science-fiction et est parfaitement envisageable. D'ailleurs, si le clonage des animaux de compagnie attire peu l'attention en Europe, ce domaine est en revanche très présent et très médiatisé aux USA, par le souhait de nombreux propriétaires de cloner leur chien. Beaucoup d'efforts portent sur ce clonage canin, grâce au don d'une millionnaire qui a offert plus de deux millions de dollars pour financer ce travail dans l'équipe de M. WESTHUSIN à l'université A&M (Texas, USA). L'objectif est de cloner une chienne appelée Missy. Un site Internet (www.missyproject.com) assez complet détaille les objectifs et l'état d'avancement du Missyproject dont l'expérimentation a commencé dès l'automne 1998. Notons que le clonage du chat, réussi à la mi-février 2002, par M. WESTHUSIN et ses collaborateurs, fait partie du Missyproject (31).

Dès lors, nous nous demandons si le clonage peut être une nouvelle voie de production et d'amélioration de la race canine.

Tout d'abord, étudions ce qu'est un clone. En biologie, le terme clone désigne un individu ou un ensemble d'individus provenant de la reproduction végétative ou asexuée d'un même être unique et ayant en commun les mêmes caractères génétiques par suite de leur reproduction conforme (40). C'est aussi un ensemble de cellules résultant des divisions successives d'une cellule unique sans aucune différenciation (31). Cloner correspond donc à la production d'un organisme vivant dont la constitution génétique est identique à celle d'un organisme déjà existant (le donneur). Notons que ce phénomène est observé naturellement dans l'espèce humaine lorsque la scission d'un embryon aboutit à la naissance de deux jumeaux dits « vrais » parce qu'ils sont issus du même œuf. Mais il s'agit ici d'une exception, car généralement, le clonage implique un mode de reproduction qui ne passe pas par les mécanismes de la sexualité (40).

Plusieurs techniques peuvent être utilisées pour obtenir un clone. Il existe :

- **le clonage reproductif canin.** Une cellule non sexuelle adulte est prélevée sur un chien mâle donneur A ou femelle donneuse A (par exemple, à une patte). Le noyau de cette cellule est implanté, sous microscope, à l'aide d'une pipette plus fine qu'un cheveu, dans un ovocyte (c'est-à-dire une cellule reproductrice femelle non mature) préalablement énuclée d'une femelle B. L'ADN transféré dans cette cellule retrouve un état embryonnaire et la première division de cet ovule « fécondé » survient quelques heures après le transfert nucléaire. Cet embryon est cultivé pendant quelques jours en laboratoire, et est ensuite implanté dans l'utérus de la future mère C, afin d'aller au terme de la gestation. Le chiot cloné est, alors, de sexe féminin si le noyau de la cellule prélevée vient d'une femelle A, ou de sexe masculin si le noyau de la cellule prélevée vient d'un mâle A (40).
- **l'auto reproduction.** Si trois entités canines (A, B, C) sont présentes dans le processus du clonage reproductif, nous pouvons envisager que A soit le même chien que B, ou encore que A, B et C soient une chienne unique.
- Dans le premier cas, cette technique permet la création de chiens qui sont à 100 % des copies génétiques d'un seul parent, car ils n'ont pas besoin d'un parent de l'autre sexe pour se reproduire. L'embryon ainsi créé est porteur uniquement des chromosomes de son unique parent : les ADN des deux chiens, le chiot et le donneur, sont donc identiques (31).
- Dans le deuxième cas, le chiot est la parfaite réplique, c'est-à-dire le clone absolu, de la femelle qui lui a donné le jour (40). Là, le clonage s'effectue en l'absence de tout mâle et le chiot qui naît est un chiot femelle portant uniquement des chromosomes de sa mère, dont il est à 100% la copie génétique.
- Notons qu'il est également possible d'obtenir un nouvel embryon par séparation mécanique des cellules du premier (40).
- Le biologiste peut aussi envisager, à l'instar du célèbre gynécologue italien, le Pr S. ANTINORI, de prendre 15% de l'ADN de la mère et 85% de celui du père. Le chiot ne serait pas, alors, une photocopie du donneur.

Cependant, le clonage canin se heurte à de sérieuses difficultés, et en premier lieu aux problèmes causés par le clonage en lui-même (31).

- La reproduction à l'identique d'un génome nécessite une somme très élevée. Le chat récemment cloné a été obtenu après un investissement de plusieurs centaines de milliers d'euros. Cependant, le coût de la procédure est susceptible de descendre à dix ou vingt mille euros une fois la méthode bien établie lors de la mise en exploitation commerciale (31).
- Si tout le monde est à peu près persuadé qu'aujourd'hui tous les mammifères peuvent être clonés, l'inconnue et l'enjeu sont de savoir s'il est possible d'obtenir de manière fiable des individus totalement normaux, et d'améliorer le rendement du procédé encore proche de 1% (31). En effet, les clones de mammifères ne vivent pas longtemps, car ils sont souvent associés à des anomalies tardives du développement. Ils sont, aussi, fréquemment atteints de malformations ou de graves troubles de santé (12). Chez les bovins notamment, près de la moitié des fœtus qui ont une apparence morphologique et une croissance normales au milieu de la gestation ne se développent pas à terme. Diverses études montrent souvent un développement excessif du placenta, des animaux plus grands que la normale et une taille disproportionnée de certains organes. Le cœur et le foie sont anormalement développés tandis que les poumons et la rate ont des volumes trop petits. Ces animaux semblent d'autre part plus sensibles que la normale aux risques infectieux (40). Les chercheurs à l'Imperial Collège de Londres ont remarqué que les clones sont plus sujets au cancer, au diabète, à une déficience du système immunitaire, à une atrophie pulmonaire, à des pathologies cardiaques, vasculaires, hépatiques ou articulaires. D'ailleurs, les scientifiques de l'institut Roslin, qui ont créé le clone de Dolly sont formels : puisqu'un clone a l'âge de ses cellules, l'animal cloné a donc le même âge que le parent dont il est issu. Ce fait explique que Dolly a vieilli prématurément et est finalement morte jeune, 6 ans après sa naissance (12). Dolly était sujette à de l'arthrite depuis janvier 2002, mais ce sont ses créateurs qui l'ont euthanasiée, en février 2003, après avoir constaté une infection pulmonaire évolutive et irréductible.
- De plus, les hasards et les aléas du développement embryonnaire occupent encore une part importante. Ainsi, le chaton, obtenu en 2002, est loin de présenter une apparence identique à l'adulte dont provient le génome car la coloration du pelage est sous le contrôle du degré d'inactivation du chromosome X (31). De même, le cytoplasme de la cellule réceptrice influe sur l'expression des gènes, mais l'importance de ces facteurs dits épigénétiques est encore inconnue. Certains chercheurs rejettent donc le terme de copie conforme, en soulignant que, sauf à disposer de la même mère, la copie et son original seront moins similaires que deux jumeaux homozygotes ou « vrais jumeaux » qui sont, eux, des clones nés en même temps et élevés dans le même milieu. Et pourtant chacun peut constater à quel point ces deux êtres avec le même ADN peuvent être dissemblables (40).
- Outre que les techniques mises au point pour les clonages bovins et ovins doivent être adaptées au cas du chien, des difficultés sont relatives aux caractères de la reproduction canine :
 - le cycle reproductif de la chienne ne comporte que seulement deux ovulations par an ;
 - il faut apprendre à faire « mûrir » les ovocytes immatures récupérés à partir d'ovariectomies, afin de pouvoir les utiliser pour le transfert de noyaux ;
 - comme les biologistes ne savent pas bien déclencher les chaleurs chez cette femelle, il faut disposer d'un cheptel important d'une centaine de chiennes afin que, le jour où un embryon apparemment viable est obtenu, il puisse être immédiatement implanté ; en

effet, aucun procédé ne permet actuellement de conserver les embryons au laboratoire...

Toutes ces difficultés font, qu'à l'heure actuelle, un seul début de gestation, rapidement interrompu, ait été observé dans l'espèce canine. Ces expérimentations sur le chien sont, donc, loin d'être encourageantes, puisque la seule naissance de la brebis Dolly est l'aboutissement de trente implantations d'embryons d'ovins, résultant de près de trois cents transferts nucléaires (31) !

Si ces tentatives, chez le chien, échouent actuellement, il n'est pas sûr qu'elles ne réussissent pas un jour. Ainsi, une fois ces difficultés résolues pouvons-nous logiquement envisager l'émergence d'une nouvelle activité de production canine par le clonage. Or, si jusqu'à présent, le chiot est déterminé au hasard de la rencontre des cellules sexuelles, nous nous interrogeons pour savoir si la production par clonage supplantera la sélection effectuée, depuis des millénaires, par les éleveurs canins ou si ces deux activités évolueront de manière concomitante. Etudions cette nouvelle perspective pour l'éleveur canin qui, à l'heure actuelle, transforme les chiens, par des croisements dirigés afin de les rendre utiles, plus agréables ou plus beaux (31) ?

Comme l'affiche sur son site Web une des entreprises de ce secteur, Lazon Biotechnologies, le clonage permet de « *sauver la vie génétique d'animaux précieux* » (« *saving the genetic life of valued animals* ») (31). Ainsi, des chercheurs australiens ont-ils annoncé être en mesure, par des manipulations génétiques, de ramener à la vie le tigre de Tasmanie, une espèce disparue depuis plus de 60 ans. L'animal, connu sous le nom scientifique de *Thylacine* ressemblait à un chien. La réussite de ce clonage pourrait ouvrir la voie à d'autres tentatives pour rendre la vie à des races, canines ou autres, éteintes. A cette motivation s'ajoute d'autres arguments scientifiques, comme une progression dans la compréhension de l'embryogenèse chez l'espèce canine, ou comme la possibilité à terme de produire des séries de chiens génétiquement identiques utiles à la recherche médicale...Cependant, ces justifications paraissent assez minces face à l'objectif principal qui est d'ouvrir un marché lucratif de production de chiens (31).

Partant du principe que le caractère et la personnalité d'un animal sont essentiellement déterminés par ses gènes, ce qui est sûrement moins faux que pour l'homme, la (re)création d'un animal décédé est la situation généralement évoquée lorsque le public est interrogé sur les possibles usages du clonage reproductif. Nous pensons que, si une telle offre existait, elle susciterait de nombreuses demandes émanant de propriétaires n'ayant pas achevé leur travail de deuil et prêts à payer très cher pour se donner l'illusion de retrouver ou de ressusciter l'animal adoré. Cependant, nous pensons qu'aucune perte, aussi tragique soit-elle, ne justifie d'avoir recours au clonage. Seule compte la valeur de toute vie et ainsi de chaque individu et non le fait de remonter l'horloge d'une cellule d'un animal, de sorte que celle-ci retourne à l'état embryonnaire et se réplique en une « copie parfaitement conforme » de son hôte originel. Cette production par clonage ne serait alors qu'une tentative imbécile pour arrêter la marche du temps ou pour réaliser le fantasme prométhéen de l'immortalité. Tentative imbécile car chercher à reproduire un être à l'identique représente un but insensé, d'autant que la diversité est le fondement de l'humanité. Mais, aussi, tentative effrayante par ce qu'elle suppose de mépris de la liberté et de croyance aveugle en la toute puissance du génome. Même un chien ne se réduit pas à son « programme génétique ». Tout clone fabriqué à partir des cellules d'un animal décédé ne sera jamais une réplique exacte de ce dernier, mais un être totalement nouveau. Dès lors, nous pensons qu'il est préférable de garder

précieusement le souvenir du compagnon tant aimé et de ne jamais oublier que, miracle de la nature, chaque mammifère est unique et que cette technique nouvelle ne rendra jamais un être (6-40).

Cependant, cette porte d'entrée vers la vie éternelle est aussi une course aux affaires. Face au potentiel de ce marché, plusieurs dirigeants de start-up se sont déjà positionnés pour offrir ce service au public. Ainsi, jouant sur la crédulité de ces adeptes de l'immortalité, une douzaine d'entreprises ont-elles commencé par stocker l'ADN ou des cellules de l'animal chéri dans l'attente du jour où l'opération deviendra possible. Notons que le stockage de l'ADN (plus facile et moins onéreux que celui de cellules vivantes congelées dans l'azote liquide) s'apparente à une escroquerie dans la mesure où personne n'a vraiment essayé un clonage à partir d'ADN ; à ce jour, toutes les tentatives de clonage ne se sont effectuées qu'à partir de cellules vivantes ou de noyaux prélevés sur de telles cellules (31).

Un autre marché, celui des designer dogs, c'est-à-dire la production de chiens conçus sur mesure pour répondre aux besoins de leurs maîtres, est susceptible de se développer avec succès. D'ailleurs, le 27 juin 2001, une dépêche de l'agence Reuters rapportait les efforts de XIANGZHONG YANG (Université du Connecticut, USA), un des premiers cloneurs de bovins, qui visait à mettre au point des chats hypoallergéniques pour le compte de l'entreprise Transgenic Pets (Syracuse, USA). Nous imaginons facilement qu'à terme la distinction entre animal familier et robot de compagnie deviendra obsolète. La « marchandisation » du vivant est bien en marche (29-31).

Tout ceci va sans aucun doute rendre le clonage plus familier, donc plus acceptable, et nous rapprocher de la possible réalisation de manipulations nettement plus problématiques : production de clones d'animaux, comme des chiens, supposés offrir des réserves inépuisables d'organes et de cellules de rechange pour nous soigner, voire à les transformer en machines à produire des molécules d'intérêt pharmaceutiques. Un vaste débat international s'est donc ouvert sur le caractère légitime ou non de cette pratique utilisée à des fins scientifiques. Du même coup, il y a polémique sur la légitimité de cette même technique à des fins de reproduction. En effet, le chiot cloné est totalement prédéterminé par un être humain. Le clonage est alors une atteinte éthique à sa liberté. Comment réagira ce chiot en étant une copie conforme de l'un de ses parents ? En consacrant une odieuse « souveraineté à un fantasme humain », le clonage s'apparente à un inceste parfait, c'est-à-dire à un « crime généalogique ». Ainsi, soit cette prouesse n'est-elle qu'une péripétie technoscientifique, et il faut expliquer pourquoi ; soit le clonage est effectivement criminel, et tout piaffement médiatique à son sujet en devient plus qu'indécent. Dès lors, nous nous demandons si le souhait de créer « un nouveau crime contre la dignité de la personne humaine » dans la réécriture actuelle des lois française de bioéthique sera appliqué aux chiens (29-40).

En toute hypothèse, les observations déjà effectuées suffisent pour, que d'un point de vue médical aussi bien qu'éthique, la filière canine réfléchisse avant de se lancer dans la production de clones canins (40).

Etudions, dans un nouveau paragraphe, l'ouvrier de chenil canin car cette activité possède une certaine spécificité.

II. L'ouvrier de chenil

Bien que souvent ce type d'élevage s'effectue seul ou en couple, nous constatons suite à l'instauration de formations à l'élevage canin, une dichotomie du métier.

Depuis quelques années, de nombreux jeunes cherchent à obtenir un emploi dans une structure canine car, soit ils n'ont pas de moyens financiers suffisants pour s'installer, soit ils cherchent à acquérir une plus grande expérience. Nous les désignons par les termes ouvriers de chenil, voire employé de chenil. Ces derniers, titulaires d'un diplôme d'études canines, pourraient même être baptisés ouvriers qualifiés en élevage canin.

Cependant, diplômés ou non, ils sont toujours régis par un responsable d'élevage qui est, le plus souvent, le propriétaire des installations d'élevage voire l'éleveur proprement-dit.

A. L'activité

Ce professionnel effectue le travail nécessaire à la conduite de l'élevage canin et participe à la production des biens de cette exploitation. En fonction de la taille et de l'importance du travail sur l'exploitation, il peut ne travailler que sur une partie des animaux.

Il effectue un travail plus ou moins qualifié selon le type d'exploitation canine où il est embauché et selon le degré de confiance que lui accorde son patron. Cependant, son activité est toujours polyvalente sur l'ensemble du cheptel canin dont il a la responsabilité.

Il observe et alimente, quotidiennement, les animaux. Il les surveille au point de vue sanitaire. Il recueille et prépare les produits d'élevage et participe, éventuellement, au travail de sélection.

Remarque : Le responsable ou chef d'élevage est, en quelque sorte, le contremaître de l'exploitation canine. Il en organise le travail et encadre le personnel des différents « ateliers canins ». Il participe aux tâches de production canine, et, parfois, à la gestion commerciale et financière.

B. Qualités

Comme pour l'exercice de tous les autres métiers canins, il faut être particulièrement motivé. Cette motivation pour le chien doit être d'autant plus importante que l'ouvrier de chenil se retrouve sous les ordres d'un patron, ce qui est relativement exceptionnel pour un métier canin. Cependant, l'ambiance généralement familiale de ces exploitations permet de bons rapports salariés-employeurs.

Si un goût pour l'élevage et l'éducation canine est nécessaire, certaines qualités sont requises, comme aimer la vie en plein air, être consciencieux, disponible et travailleur (15).

C. Organisation de l'activité

1. Lieu de travail (15)

Le lieu de travail de l'ouvrier de chenil est, ici, l'élevage canin, mais il est apte à travailler, aussi, dans un refuge ou une pension canine.

Au sein de l'élevage, il s'occupe de nombreux chiens. Dans les exploitations importantes, certains veillent sur une cinquantaine de sujets.

2. Salaire et retraite (15)

Généralement, l'ouvrier de chenil est rémunéré au SMIC. Logé et nourri, il reçoit 458 euros par mois de travail ; certains stagiaires peuvent être embauchés en contrat d'apprentissage ou de qualification et gagner entre 351 et 656 euros par mois.

Il prend sa retraite à l'âge de 65 ans.

3. Matériel (15)

Le matériel est identique à celui de l'éleveur. Un tableau permet de repérer d'un seul coup d'œil les chiens nécessitant des soins particuliers et de suivre les instructions de l'éleveur.

4. Législation

L'employé est surtout soumis aux lois du Code du Travail et aux règles édictées dans son contrat. Il est tenu, par son contrat, à bien traiter les animaux.

D. Recrutement - formation

Afin de travailler comme ouvrier de chenil aucun niveau scolaire n'est, en principe, exigé. *A fortiori* encore moins de diplômes. Les compétences sont, généralement, acquises par la pratique au sein de l'entreprise. D'ailleurs, quelle que soit l'espèce animale, aucune école n'assure, en France, une formation de soigneur animalier

Comme tout emploi, la seule contrainte est d'avoir 16 ans. L'employeur lui demande, aussi, de savoir aborder un chien.

Cependant, nous observons que les possesseurs de BEPA canin sont de plus en plus prisés par les employeurs. Ces demandeurs d'emploi, déjà formés en élevage canin, sont presque opérationnels tout de suite.

E. Perspectives d'avenir (15)

Etre employé de chenil permet de se familiariser avec l'activité quotidienne d'un élevage. Après quelques années d'expérience, il peut créer lui-même son propre élevage.

Dans les élevages de grande taille, l'ouvrier de chenil aura toujours sa place.

D'ailleurs, il n'est pas improbable que des ouvriers de chenil accèdent, dans un futur proche, à un stade d'exploitant salarié. Nous pouvons, par exemple, imaginer un éleveur ayant plusieurs chenils disséminés faire appel à de tels professionnels pour superviser la production et assurer la gestion économique, commerciale et administrative d'un de ces chenils. Cependant, cet exploitant salarié ne déterminera que les objectifs généraux de ce chenil et se distinguera, dans ce cas, de l'éleveur traditionnel, en ne participant pas lui-même à la production et en dirigeant rarement des chenils de même taille. En effet, l'éleveur traditionnel dirige et gère entièrement son exploitation canine qui est, le plus souvent, familiale.

III. Tatoueur

Le tatoueur est une personne habilitée à réaliser une identification du chien par le procédé du tatouage. Nous ne souhaitons plus appeler ces professionnels identificateurs, afin de ne pas entraîner de confusions entre tatouage et identification électronique. En dehors des tatoueurs proprement dits, une autre profession est autorisée à effectuer cette opération : ce sont les vétérinaires praticiens.

Néanmoins, pour ces vétérinaires comme pour les tatoueurs, le tatouage remplit la même nécessité et le même objectif.

A. Nécessité et objectif de cette activité

Le tatouage est un moyen d'identification du chien, obligatoire depuis 1952. Il s'est substitué à l'ancienne prise d'empreinte nasale des animaux.

Lorsqu'un chien perd son collier ou sa médaille (encore faut-il qu'il en ait un), il ne porte plus aucun renseignement permettant de retrouver son propriétaire. Le tatouage est alors le meilleur moyen de donner une identité à l'animal. C'est en quelque sorte sa pièce d'identité. En permettant une récupération rapide du chien, le tatouage est un vrai service rendu au citoyen pour une prestation obligatoire. Dès lors, outre qu'il reconforte le maître, le tatouage favorise le bien-être du chien et diminue la responsabilité de l' élu local. En effet, rapidement récupéré par ses maîtres, le chien risque moins d'être écrasé. De plus, tout chien errant est susceptible d'être un facteur d'insécurité sur la voie publique.

Outre que ce procédé assure l'identification des chiens fugueurs ou perdus, le tatouage permet de maintenir l'identité des animaux qui ont été volés, même s'il n'annihilerait jamais le trafic des animaux familiers ; comme n'importe quel procédé, le contrevenant malhonnête, frauduleux ou délictuel réussira toujours à falsifier le tatouage s'il y trouve un intérêt. D'ailleurs, l'actualité nous rappelle malheureusement que toutes les strates de la société sont susceptibles de receler un trafiquant de tatouage. Néanmoins, cette identification permet au maître de prouver que le chien lui appartient.

De plus, le tatouage est nécessaire pour la validation du certificat de vaccination antirabique. Il permet une protection au regard de la Loi, par dérogation à l'abattage, pour les chiens trouvés sur la voie publique dans un département officiellement déclaré infecté par la rage. Dans ces départements, l'identification est obligatoire pour tous les carnivores domestiques.

L'article L.214-5 du Code Rural prévoit que tous les chiens, préalablement à leur cession, aussi bien à titre gratuit qu'onéreux, doivent être identifiés par un procédé agréé par le ministre chargé de l'Agriculture. Les frais inhérents à l'identification sont à la charge de l'ancien propriétaire (le cédant). Il en est de même, en dehors de toute cession, pour les chiens âgés de plus de quatre mois et nés après le 6 janvier 1999, d'après la loi édictée à cette date. Ainsi, pouvons-nous conclure que l'identification est obligatoire pour tous les chiens

En outre, le tatouage facilite la mise en oeuvre d'une sélection de la part de l'éleveur, au sein de sa propre exploitation. Ce signe distinctif d'identification lui permet de repérer sans confusion ses sujets.

Ainsi, le tatoueur transforme-t-il ce procédé d'identification canine en un outil de service public à caractère administratif unique de par sa performance et son coût modique.

B. L'activité

Si à la naissance de cette activité, des irrégularités sont apparues de temps à autre, un champ d'application de la fonction a été édicté afin de moraliser cette profession.

À l'exception des vétérinaires, la personne habilitée à cette activité doit effectuer le tatouage sans anesthésier l'animal. En effet, cette dernière opération relève de l'exercice de la médecine vétérinaire.

Le cynophile identifie le chien par un tatouage imprimé sur la face intérieure de l'oreille droite ou de la cuisse droite. En cas d'impossibilité, le tatouage se fait sur l'autre oreille ou sur l'autre cuisse. Pour les races de grande et moyenne taille, l'identification est exécutée (sauf contre-indication ou impossibilité anatomique pour les chiens à oreille coupée) obligatoirement à l'oreille afin d'en faciliter le contrôle.

Le tatouage est facile à reconnaître. Il est composé de lettres et de chiffres. A l'origine, il était composé de trois lettres et de trois chiffres. Par exemple : TUR 244. Toutes les combinaisons ayant été réalisées, les tatouages actuels comportent désormais un chiffre devant les combinaisons renouvelées de trois lettres et de trois chiffres.

Une fois le tatouage effectué soigneusement, à la pince ou au dermographe, le tatoueur délivre une carte d'immatriculation. Celle-ci comprend trois volets :

- le premier volet est destiné au fichier central géré par la Société Centrale Canine (SCC). Auparavant, ce premier volet était remis au propriétaire du chien qui avait la responsabilité de l'envoyer sans délai à la Société Centrale Canine. À l'heure actuelle, ce document est envoyé par le tatoueur à la SCC ;
- le deuxième volet est conservé par le tatoueur ayant rempli la carte d'immatriculation. La souche comprenant tous les troisièmes volets doit être archivée par le tatoueur pendant trois années consécutives ;
- le troisième volet ou "volet du propriétaire" est conservé par le maître de l'animal ou le marchand qui doit remplir le cadre correspondant, en cas de cession du chien. Cette personne envoie alors ce volet à la SCC afin d'enregistrer le changement de propriété.

.Depuis le mois de février 1971, date de la création du fichier national des chiens tatoués, jusqu'à la date du 30 septembre 2001, les tatoueurs ont ainsi identifié 12 885 739 chiens.

Cette « carte d'identité » établie par les tatoueurs joue bien son rôle puisqu'elle a permis, sur l'année 2000, la mise en relation de 89 343 chiens perdus avec leurs maîtres. En moyenne, on estime que 70 000 chiens perdus sont rendus chaque année à leur maître. Ce chiffre, obtenu en 2000, signifie que 87 % des chiens perdus ont pu être rendus à leurs propriétaires grâce à leur identification par tatouage.

Cette activité possède des limites inhérentes au procédé d'identification, car le tatouage est parfois peu pratique et labile dans le temps.

Etudions, maintenant, comment le tatoueur organise son activité.

C. Organisation de l'activité

1. Effectifs

Outre les vétérinaires praticiens qui sont en mesure de tatouer un chien, 2°500 tatoueurs sont agréés par le Ministère de l'Agriculture.

2. Lieu d'activité

Les tatouages se font au sein de l'élevage ou au cabinet du vétérinaire.

3. Matériel utilisé

C'est soit la traditionnelle pince ou, de façon plus moderne, le dermographe, associés à une encre indélébile.

4. Salaire

La rémunération de ce professionnel est liée aux nombres de tatouages qu'il effectue.

Le tatoueur doit néanmoins défacturer au revenu de son acte le coût d'une carte de tatouage qui lui est facturé 5,34 euros.

5. Partenaires du tatoueur

Outre qu'il existe un Bureau de l'identification au Ministère de l'Agriculture, le véritable partenaire du tatoueur est la Société Centrale Canine (SCC).

Après plusieurs années d'étude et par un arrêté du Ministère de l'Agriculture en date du 16 février 1971, la SCC a été agréée en qualité de Fédération nationale chargée d'organiser l'identification par tatouage des animaux de l'espèce canine et de gérer le fichier national d'identification des chiens tatoués. Une convention a, alors, été passée entre le Ministre de l'Agriculture et le représentant habilité à cet effet par la SCC. Notons que la France est le seul pays au monde à disposer d'un tel fichier centralisé et obligatoire.

La SCC est aussi bien préposée au fichier national canin et à la gestion des cartes de tatouage qu'au service des particuliers ayant perdu ou trouvé un chien. C'est donc un service public administratif gérant une délégation au sein d'une association d'utilité publique. La structure bénévole des 120 000 membres directs de la SCC a permis le financement total de cet outil.

La centrale d'identification, une fois contactée par la personne ayant recueilli le chien perdu, fournit l'adresse des propriétaires qui peuvent, alors, être avertis.

Si la SCC est le correspondant indispensable au tatoueur qui lui permet d'exercer son activité, notons, que par le tatouage, le propriétaire d'un chien perdu peut aussi être recherché par l'intermédiaire d'un autre service télématique, celui de Téléveto.

Dans un nouveau paragraphe, expliquons comment on devient tatoueur.

D. Comment devenir tatoueur.

N'importe quel individu ne peut être concerné par le champ d'application de la fonction de tatoueur.

1. Personnes habilitées.

Seules les personnes habilitées par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche peuvent effectuer cette opération. Cette habilitation est précisée dans les arrêtés ministériels du 28 septembre 1971, du 2 octobre 1975 et du 12 août 1981.

Ainsi, toute personne, sauf les exploitants et le personnel des centres où se pratiquent de façon habituelle la commercialisation, le toilettage, le transit ou la garde de chiens, peut être autorisé à devenir tatoueur. Les exploitants et le personnel des établissements cités ci-dessus ne peuvent effectuer que des "opérations physiques" de tatouage contrôlées par un vétérinaire choisi par ce centre. Le vétérinaire prend, alors, la responsabilité de ces opérations et délivre lui-même les cartes de tatouage. Il est, aussi, précisé que les personnes agréées antérieurement à ces dispositions le restent.

Notons que les personnes, exerçant la médecine et la chirurgie vétérinaire, ainsi que le personnel employé, sont habilités de plein droit à effectuer des tatouages. Ils n'ont donc pas à faire de demande d'habilitation. Spécifions cette procédure.

2. Procédure de la demande d'habilitation

La demande d'habilitation est constituée des pièces suivantes :

- une fiche d'état civil,
- un extrait de casier judiciaire,
- un curriculum vitae,
- toutes les indications concernant la profession du demandeur d'habilitation et le cadre dans lequel il exerce.

Ce dossier est, ensuite, envoyé au Bureau de la sélection et du développement de l'élevage, appartenant à la Direction de la production et des échanges du Ministère de l'Agriculture.

Une fois les dossiers centralisés, la Direction de la production et des échanges les transmet aux Directeurs des services vétérinaires concernés. Ces derniers convoquent, alors, les différents candidats à un examen destiné à apprécier l'aptitude de chacun.

3. L'examen d'habilitation

a. La commission d'examen

L'examen d'habilitation est organisé par le Directeur départemental des services vétérinaires qui procède à la convocation des candidats.

La commission d'examen est composée de trois membres :

- le Directeur des services vétérinaires en qualité de Président,
- un représentant de l'Ordre national des vétérinaires, et
- un représentant de la Société centrale canine.

Cette commission met en place toutes les modalités de cet examen d'habilitation.

b. Modalités d'examen

L'examen se compose de deux parties : une épreuve théorique et une épreuve pratique.

b.1 L'épreuve théorique

La commission d'examen débute l'épreuve en examinant le dossier de candidature du demandeur.

Ensuite, elle interroge le candidat sur des points précis compris dans la liste suivante :

- connaissance des races ;
- conditions optimales de réalisation d'un tatouage comme :
 - l'âge de l'animal,
 - l'appréciation de l'état sanitaire de l'oreille (othématome, gale des oreilles ...),
 - le choix de la bonne zone à tatouer et de la bonne encre selon la pigmentation de la peau de l'animal ;
- connaissance du nettoyage et des infections de l'oreille, de la cuisse et du matériel de tatouage ;
- connaissance et compréhension des textes réglementant l'identification comme :
 - l'ordre de priorité pour l'identification (oreille droite, oreille gauche, cuisse droite, cuisse gauche),
 - l'obligation d'identification (département déclaré infecté de rage, vente ou don, concours, exposition, camping ...),
 - le circuit des cartes lors de l'identification du transfert de propriété, du changement d'adresse du propriétaire de l'animal,
 - l'existence de la commission nationale disciplinaire,
 - l'attitude à adopter en cas de morsure d'un être humain lors du tatouage, et, particulièrement, les différentes conduites à tenir face à la rage.

b.2 L'épreuve pratique

Cette épreuve permet, à la commission, de juger la compétence du candidat :

- dans la contention du chien (les examinateurs insistent particulièrement sur la pose d'un lien),
- dans la désinfection de l'oreille ou de la cuisse,
- dans la façon de tatouer l'oreille ou la cuisse,
- dans la manière de remplir la carte d'identification CERFA 50-4447.

Notons que les chiens et le matériel nécessaires à cet examen pratique sont la plupart du temps fournis par la Société Régionale Canine.

4. Délivrance de l'habilitation à l'activité de tatoueur

À l'issue de l'examen, le Président de la commission d'examen qui est le Directeur départemental des services vétérinaires, transmet l'avis motivé de la commission d'examen à la Direction de la production et des échanges. Ce service statue en dernier ressort sur l'attribution de l'habilitation.

Cette habilitation est attribuée pour deux années renouvelables par une reconduction tacite.

L'agrément individuel se fait, donc, par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, sur demande formulée par la Société Centrale Canine. Environ 1 700 demandes sont comptabilisées par an.

E. Perspectives de l'activité de tatoueur

L'activité de tatoueur est en passe de décliner, car l'identification par tatouage risque d'être remplacée par la méthode innovante d'identification électronique basée sur la radiofréquence, plus communément appelé puce électronique (24).

Bien qu'il ait toujours rendu hommage au tatouage, le Ministère de l'Agriculture a souhaité apporter un choix supplémentaire en adaptant aux chiens les moyens électroniques des technologies actuelles. Dès lors, selon l'Arrêté paru au Journal Officiel du 12 juillet 2001, il est maintenant possible d'identifier son chien grâce à une implantation électronique, à vie, sous la peau de l'animal. Depuis le 3 décembre 2001, ce système d'identification électronique est, d'ailleurs, proposé en alternative au tatouage par les vétérinaires français.

Ce nouveau système d'identification est constitué d'une puce électronique ISO à peine plus grosse qu'un grain de riz dotée d'un code unique et infalsifiable. Cette puce est équipée d'un système anti-migration assurant son maintien au point d'implantation. L'implantation se fait par injection sous la peau du cou du chien dans la gouttière jugulaire gauche. Esthétique et parfaitement tolérée par l'animal, elle est inerte et ne s'active qu'en présence d'un lecteur laser appelé transpondeur. Lue au moyen de ce transpondeur, la capsule dévoile un code à quinze chiffres qui identifie le chien et livre indirectement des informations, comme les coordonnées des propriétaires. À terme, cette puce devrait servir de carnet de santé. Pour signifier que le chien est « pucé », le vétérinaire fournit une médaille d'« identification électronique » à accrocher au collier de l'animal.

Quand tous les ayants droit (Police, Gendarmerie, vétérinaires) seront équipés de lecteurs, que la délicate question des pré-fourrières sera traitée, et que certaines interrogations relatives à ces ayants droit (responsabilité de l'animal gardé, obligation de le prendre, transport jusqu'au refuge...) seront réglées, ces deux procédés d'identification, maintenant reconnus en France, présenteront, alors, des performances proches. Dès lors, légitimement, nous nous interrogeons sur l'avenir du procédé d'identification par tatouage, et par la même sur l'avenir de la profession de tatoueur.

Certains faits ne sont pas favorables au prolongement de cette activité (51) :

- l'utilisation de normes internationales (ISO 11784 et ISO 11785 publiées respectivement le 15 août 1996 et le 15 octobre 1996) permettent une reconnaissance officielle de ce procédé électronique, et une harmonisation européenne de l'identification canine ;
- l'ensemble des pays européens a adopté ce procédé d'identification depuis 1990 et une vingtaine d'entre eux utilise ce procédé ;

- la réglementation sanitaire de pays souvent insulaires (Angleterre, Nouvelle-Zélande, Australie...) mais aussi des pays scandinaves exige généralement l'insert électronique pour pénétrer sur leur territoire avec un chien ;
- le Ministère de l'Agriculture souhaite un système d'identification unique et cohérent dans un souci de garantir la performance de l'identification dans notre pays ;
- à l'heure actuelle, l'implantation de l'insert électronique est réservée exclusivement à l'autorité des seuls vétérinaires ; ceux-ci disposent également du transpondeur qui leur permet de lire le numéro d'identification. Il est, alors, improbable que cette identification électronique soit confiée à d'autres professionnels du chien. En effet, l'implantation de la puce par injection sous-cutanée est un acte vétérinaire ; seul un vétérinaire praticien garantit, alors, la médicalisation de l'acte et authentifie cette implantation. Il est indéniable que le mandat sanitaire des vétérinaires est une garantie de sérieux, de suivi et de pérennité du système. Notons que la médicalisation de cette identification a incité certains pays, comme l'Australie ou la Nouvelle-Zélande, à raccourcir la durée de quarantaine lors de l'entrée d'un chien sur leur territoire ;
- la mise en place du cahier des charges et la réalisation des bases de données par le Syndicat des vétérinaires français, l'agrément de la gestion du fichier de l'identification électronique à une autre structure que celle gérant le fichier de l'identification par tatouage, l'acquisition des documents de pré-identification auprès du SNVEL, et la fabrication des puces électroniques par des laboratoires vétérinaires font que ce nouveau type d'identification, par sa contrainte qualité-prix-service, ne permet pas un recyclage des tatoueurs autres que les vétérinaires praticiens.

Ces faits concourent à raisonnablement prévoir la disparition du métier de tatoueur avec la fin de l'ancien système d'identification par tatouage, bien que l'Arrêté paru au Journal Officiel du 12 juillet 2001 ne prévoit pas un remplacement du tatouage par l'identification électronique.

Or, si la plupart des médias ont présenté soit la fin du tatouage -« *il n'existe plus* »-, soit son caractère dépassé -« *procédé désuet* » ou « *système obsolète* »-, en vertu de l'adage qui veut que ce qui est nouveau est mieux, et ce qui est ancien est ringard, nous ne sommes pas sûr que ce procédé largement éprouvé expire rapidement. En effet, le particulier qui cherche à retrouver son chien le plus rapidement a des préoccupations d'un autre ordre. Plus de la moitié des chiens sont retrouvés directement par le public et remis au propriétaire, après communication de l'identité par un ayant droit (généralement un vétérinaire). La plupart des chiens perdus ou fugueurs sont retrouvés à proximité de leur domicile, bien souvent avant que le propriétaire, qui est sur son lieu de travail, ne s'en aperçoive. Les personnes ont acquis le réflexe de rechercher le tatouage ; un simple appel téléphonique à un ayant droit leur permet de contacter facilement le propriétaire sans déplacer le chien. Est-ce que ces mêmes personnes, en cas d'identification électronique, feront l'effort d'emmener le même chien (en voiture ?) chez un ayant droit pour lire l'insert électronique ?

D'autre part, il n'est pas sûr que l'implantation électronique sera moins chère et plus simple que le tatouage. S'il est vrai que le tatouage exige souvent une anesthésie, les 17 euros d'insert et de document de pré-identification électronique sont, aussi, à comparer aux 4,60 euros de la carte de tatouage. Or, nous manquons de recul pour comparer les prix moyens des actes d'identification. Lors du congrès CNVSPA de Lille, des praticiens belges ont fait état, après 8 ans de recul, d'une baisse de 50 % du prix d'un tel acte. Nous verrons à l'usage si l'anesthésie et le tatouage restent plus ou moins chers face à l'injection d'insert et quel sera le choix effectué par les vétérinaires praticiens.

Face à la formulation de toutes ces interrogations, ne perdons pas de vue que seul l'intérêt de l'animal est à prendre en compte. Ces deux procédés d'identification étant aussi efficaces, rien ne s'oppose à une coexistence et à un travail constructif entre les différents responsables de ces entités -tatoueur et identifiant électronique-, d'autant que la signature des conventions envisage la cohabitation des systèmes d'identification reconnus. Ne négligeons pas non plus le fait que l'insert électronique n'est qu'un nouveau procédé d'identification comme pourra l'être, demain, l'identification biomoléculaire.

L'autre grand enjeu cynophile est le devenir du fichier d'identification des chiens par tatouage, géré par la SCC. Sans qu'aucun résultat officiel ne soit pour l'heure avancé, le rapport de l'inspection du ministère de l'Agriculture semble être favorable à la SCC, qui pourrait ainsi poursuivre la gestion du fichier qui lui a été confiée il y a plus de trente ans auparavant (45).

Conclusion sur la première partie.

Les métiers liés à la production et à l'amélioration des chiens évoluent favorablement, même si nous déplorons toujours des éleveurs réalisant, pour certaines races en vogue, une production de qualité médiocre ou des importations douteuses, d'autant que l'aspect moralisateur du marché promis par la loi du 6 janvier 1999 n'évite toujours pas une production anarchique des races à la mode de la part des « marchands de chiens ». Dès lors, beaucoup d'éleveurs attendent la mise en place du prochain décret sur la commercialisation des animaux de compagnie, qui promet plus de transparence pour une meilleure traçabilité et une meilleure information des acquéreurs (47).

S'il existe toujours des acquéreurs qui veulent un chien de compagnie à tout prix et qui l'achètent sans vraiment se renseigner, de plus en plus d'acheteurs prennent le temps de se documenter et de visiter quelques élevages, même s'ils ne souhaitent pas se lancer dans les expositions canines ou la reproduction ; ceux-ci se montrent, alors, plus sensibles à la notion de chien de race, même si ce concept reste flou dans leur esprit et même s'il reste encore beaucoup de travail d'information et de conseil à effectuer. A ce sujet, la SCC, pierre angulaire de tout le système de production et d'amélioration de la race canine, a un rôle important à jouer. En effet, en s'occupant des races canines et des Associations et Clubs de races, elle défend par-là même les éleveurs, mais aussi tous les professionnels de la filière. Chacun aura finalement son mot à dire dans l'évolution de la production et de l'amélioration du chien en France.

Partie 2

Métiers liés à l'esthétique du chien

La relation de plus en plus forte unissant l'homme au chien explique la place importante que cet animal occupe dans nos vies, au sein de notre société et au sein de la famille ; il est même parfois considéré comme une personne. Jouissant, dans ce monde moderne, d'une considération certaine, les maîtres demandent pour leur animal les mêmes services que ceux offerts aux humains. Ainsi, si les Français dépensent environ 153 millions d'euros, chaque année, pour l'acquisition d'un chien, ils possèdent un budget encore plus conséquent pour les nourrir, les soigner et les entretenir.

Pour répondre à ces exigences et aux diverses situations engendrées par la possession d'un chien, des cynophiles ont développé des services spécialisés. Ainsi, de nouvelles activités, prenant en charge son esthétisme, ont-elles vu le jour. Certaines sont anciennes comme le métier de toiletteuse, d'autres plus récentes comme la profession de handler et certaines totalement originales comme le styliste pour chien.

I. Toiletteuse

Pour brosser, laver, sécher, tondre ou épiler le poil de certains chiens dans un souci esthétique, un métier s'est développé : celui de toiletteuse (13). Nous avons décidé de prendre la terminaison féminine de cette activité car les femmes représentent l'essentiel des effectifs de cette profession. Cet aspect féminin du toilettage canin correspond à une des images de marque de cette occupation.

A. Image de marque

L'activité de toiletteuse est aujourd'hui synonyme de beauté canine.

Cet ancien « petit métier » a longtemps souffert d'une mauvaise opinion liée à l'image de tondeur de chiens. Aujourd'hui, ces professionnelles n'ont plus rien de commun avec leurs prédécesseurs, qui étaient plutôt des hommes : ce sont, de nos jours, de véritables techniciennes du chien. Dès lors, cette profession a gagné ses lettres de noblesse auprès du grand public. Ce métier revêt même un certain prestige, au même titre que la coiffure, auprès de jeunes filles passionnées de cynophilie. Par amour des chiens et goût de l'esthétisme, certaines vont vivre leur passion à travers le métier de toiletteuse.

Cependant, de plus en plus de personnes par opportunisme ou pour diversifier leur activité sont attirées par le toilettage. Cette dernière catégorie de toiletteurs risque d'altérer cette image de marque d'artiste qu'avaient jusqu'à présent cette profession.

Etudions la nécessité de toiletter les chiens, source de cet opportunisme.

B. Nécessité

Les particuliers ont, désormais, conscience de l'importance de l'entretien, et donc, du toilettage de leur compagnon. Le côtoiement étroit, qui existe de nos jours, entre les animaux et leurs maîtres, rend ce toilettage indispensable. On lave en moyenne un Caniche une fois par mois. Même le Bobtail est généralement toiletté une fois par an.

De plus, il est important de brosser régulièrement le chien sinon des nœuds se forment : la peau de l'animal respire mal et le chien devient plus sensible au froid (18). D'ailleurs, défaire les nœuds doit être une préoccupation quotidienne pour certaines races, comme le Lévrier afghan, où les démêlages sont fréquents et minutieux. Ce brossage est aussi indispensable d'un point de vue hygiénique pour d'autres chiens comme le Caniche. En effet, les poils morts ne tombant pas d'eux-mêmes, il est important de les éliminer (57). Quant aux chiens à poils durs, comme le Schnauzer, ils demandent un entretien régulier et appliqué pour éviter toute tonte qui altérerait définitivement la qualité du poil et sa couleur. Certaines races, comme le Cocker américain, nécessitent une toilette sophistiquée.

Ainsi, depuis une vingtaine d'années, ce service n'est-il plus une activité de luxe réservée aux habitants fortunés des grandes villes, aux snobs ou aux fans de l'esthétique canine. Il est, actuellement, ouvert à une large clientèle sans que le standing propre au salon de toilettage n'en soit altéré.

De plus, comme il est difficile d'entretenir chez soi le travail effectué par la professionnelle, les propriétaires doivent revenir régulièrement chez la toiletteuse.

Rappelons l'origine de cette profession.

C. Historique de la profession

De tout temps, on a tondu des chiens. L'apparition d'un métier lié à la tonte canine coïncide avec la vogue du Caniche, dans les milieux bourgeois du Second Empire. Les toiletteurs officiaient, alors, sur les bords de Seine. Cependant, le toilettage proprement dit est nettement plus récent.

Après la Première Guerre mondiale, les britanniques ont commencé à épiler les chiens de type terrier en leur donnant des silhouettes géométriques assez spectaculaires. Cette vogue des terriers à poil dur toilettés s'est imposée en France dans les années trente. Les deux premiers salons de toilettage parisiens se sont ouverts en 1933 et 1936. Par la suite, l'apparition des tondeuses électriques aux Etats-Unis dans les années cinquante, la démocratisation du chien de race au début des années soixante, la mode des chiens à poil très long dans les années quatre-vingts ont fait évoluer cette profession.

Ainsi, le vrai démarrage de cette profession a lieu à partir des années quatre-vingts avec l'apparition de produits et de matériels adaptés et spécifiques ainsi qu'avec l'évolution des techniques. La tonte d'autrefois a cédé la place à la mise en valeur des pelages. La tendance actuelle, en réponse à une attente de plus en plus manifeste du public, chemine vers la conquête du marché de l'hygiène canine, à l'image de ce qui se passe dans les pays étrangers. D'autant que la pensée vétérinaire en matière d'hygiène canine a évolué du concept d'« il est préférable de ne pas laver son chien » à la possibilité de laver son chien une fois par semaine à une fois par mois à condition d'utiliser des shampooings adaptés à la peau du chien, de reconstituer le film cutané protecteur par une crème de rinçage appropriée, et de le sécher correctement pour reconstituer le matelas d'air retenu entre les poils.

Cette activité a donc bénéficié de deux courants antagonistes :

- d'une part l'héritage cynophile, c'est-à-dire un ensemble de techniques précises et de normes strictes de standard de beauté canine,
- d'autre part les tendances grand public, influencées par la mode, et laissant une grande part à la fantaisie et à la créativité.

Ces deux courants ne sont néanmoins pas figés : l'un n'est pas que tradition et technicité, et l'autre créativité. Nous le remarquons, par exemple, avec la coupe dite « mouton » appliquée au Caniche, qui supporte parfois certaines fantaisies n'ayant aucun rapport avec les normes initiales officielles. Au fil des ans, le toilettage évolue donc sensiblement par l'essence même de ces deux tendances.

Dans une nouvelle partie, rendons compte de la réalisation de cette activité.

D. L'activité

Au point de vue administratif, la toiletteuse est une technicienne de l'entretien des chiens. Elle est chargée de prendre soin sur le plan hygiénique de l'animal que lui confie son propriétaire. Ainsi, toiletter ne signifie pas forcément couper les poils d'un chien. D'ailleurs, dans la réalisation d'une toilette canine, la préparation est capitale (1-30).

1. La préparation du chien (30)

Elle compte trois étapes :

■ Le brossage et le démêlage

Après avoir palpé la robe du chien avec doigté, la toiletteuse la débarrasse des poils morts, des nœuds et des saletés qui ternissent la fourrure et empêchent la peau de respirer.

Il est important de démêler le chien à l'aide d'un peigne métallique à dents écartées avant de le baigner sinon le lavage entraîne la formation de nœuds. Ce brossage et ce démêlage en profondeur sur la totalité du corps représentent la principale activité et bien souvent la partie la plus difficile du travail de la toiletteuse. D'ailleurs, l'entretien de certaines races de grande taille à poils longs consiste essentiellement à bien démêler le poil et à éliminer tous les nœuds avant le bain et le séchage.

■ Le lavage

Après avoir réalisé l'opération décrite ci-dessus, la toiletteuse baigne et lave l'animal avec un shampoing haut de gamme adapté au type de poil du chien (par exemple, un shampoing de type poil soyeux pour le Lévrier afghan...).

Le lavage s'effectue dans le sens du poil pour ne pas recréer les nœuds soigneusement éliminés. La toiletteuse effectue des massages et applique des lotions afin de rendre le poil du chien plus brillant.

La toiletteuse utilise à bon escient une large gamme de cosmétiques animaliers. Celle-ci a le choix entre des cosmétiques neutres, des produits spécifiques (certains apportent du volume au pelage, d'autres donnent un aspect long et soyeux aux poils), des colorants (noir, blanc et gris), des démêlants et des anti-parasitaires. Ainsi doit-elle connaître tous ces cosmétiques afin de choisir le produit adéquat. Celui-ci sera utilisé en fonction de la race canine, de la saison, du mode de vie de l'animal, de son état dermatologique, du toilettage entrepris et du goût du maître. A chaque chien correspond en quelque sorte un cosmétique.

La toiletteuse peut aussi utiliser des produits traitants les lésions dermatologiques sur prescription d'un vétérinaire. Même si la toiletteuse est apte à repérer un trouble cutané, seul un vétérinaire est habilité à pratiquer un examen dermatologique de l'animal et à effectuer un diagnostic.

■ Le séchage ou brushing

La toiletteuse effectue ce séchage sans frictionner la peau afin de ne pas re-emmêler le poil.

De la qualité de chacune de ces trois étapes de préparation dépend la qualité de la finition, car il est indispensable que le poil soit complètement indemne de nœuds, et parfaitement propre et sec sans résidu de savon afin d'effectuer une coupe, une tonte ou même une épilation.

2. La finition : coupe, tonte ou épilation

La finition est en quelque sorte le fin du fin car c'est la partie la plus créative du métier, surtout quand la professionnelle l'effectue aux ciseaux (30).

La toiletteuse exécute la coupe aux ciseaux, tond l'animal ou l'épile selon la demande du propriétaire ainsi qu'en fonction de la race et de son standard. Chaque race de chien a effectivement son mode de toilettage : les terriers, comme le West Highland white terrier, ou le Cairn terrier, ainsi que les Schnauzers sont épilés avant le bain pour leur permettre de conserver un poil dur conforme à leur standard. Tondre un chien dont le pelage s'épile est déconseillé car à la longue les tontes entraînent un assouplissement et même un ramollissement du poil ; le poil risque même de friser et de voir sa couleur passer. Par contre, les Caniches sont tondus alors que les Yorkshire terriers demandent une coupe aux ciseaux (18–22-30).

Or, si le propriétaire décide, en fonction de son budget, du type de finition pour son chien, il est important que la toiletteuse conseille et incite le maître à toiletter au mieux l'animal selon ces règles d'usage (30).

Certains détails de finition sont importants à effectuer ; c'est pourquoi cette cynophile coupe les poils entre les coussinets même pour les races dont le poil ne se coupe pas comme le Berger de Brie. Elle coupe aussi les griffes, nettoie les yeux et les oreilles, voire épile l'intérieur des pavillons auriculaires s'ils le nécessitent (18–30).

Son travail ne se borne pas à simplement couper les poils, « coiffer » ou entretenir le pelage des chiens. Tout en permettant au chien de se sentir bien dans sa peau et dans la vie, elle s'applique à améliorer la silhouette de l'animal, pour en faire un canon de beauté, en mettant en relief ses qualités et en dissimulant ses imperfections. En effet, la beauté d'un chien ne se réduit pas à sa robe, car la plus belle robe ne peut jamais parvenir à compenser des défauts de construction ; tout est question d'harmonie. Par exemple, avec une brosse en poil de sanglier, la toiletteuse relève les poils de l'arrière-train d'un Bobtail pour combler le manque de queue propre à la race, puis, aplatit l'encolure avec un peigne en fer et un pulvérisateur d'eau afin de lui donner une fière allure. Cette harmonisation du chien n'est pas un principe rigide d'autant qu'il existe diverses qualités de poils aux textures différentes selon les robes canines.

La toiletteuse est plus qu'une simple exécutante. Elle est aussi une conseillère à l'écoute des désirs des maîtres. Elle conseille aux propriétaires un style de coupe harmonieux en proposant, parfois, différentes options d'autant que certains chiens admettent plusieurs types de coupes. Par exemple, le Caniche peut être toiletté selon la coupe pompon, la coupe dite lion ou la coupe dite rasta (18).

Ainsi, cet art demande-t-il de l'imagination qui s'appuie sur un savoir-faire très sûr et une parfaite connaissance des races (morphologie, défauts, standard, exigences du Club de race, effets de mode). En effet, la beauté canine n'est pas due au hasard mais doit être conforme au standard de la race. Le rôle de cette professionnelle n'est pas, alors, d'innover, ni de confondre son travail avec celui d'une coiffeuse. A l'opposé du flou artistique, elle doit s'en tenir aux coupes définies pour chaque race par l'Association ou le Club de race correspondant : épilation pour un Fox terrier, coupe aux ciseaux pour le Yorkshire terrier. Un bon coup de ciseau pour une coupe bien précise, tel est l'art du toiletteur (18).

Cependant, des variantes sont parfois créées lors des expositions (18). De même, la mode entraîne parfois quelques variations, mais celles-ci sont généralement inconstantes.

Ce goût et cette bonne technicité permettent de personnaliser au mieux le sujet canin, d'en faire ressortir sa beauté et de lui donner du cachet. En effet, toiletter ne revient pas à suivre une recette : une frange là, un pompon ici. Toiletter, c'est révéler un sujet pour qu'il exprime sa grâce, sa force, son caractère, et, si besoin, c'est masquer un peu ses défauts pour, en quelque sorte, l'embellir. C'est pourquoi, certaines professionnelles n'hésitent pas à définir leur lieu de travail comme un salon de beauté ou comme un centre d'esthétisme canin, d'autant que certaines tontes savantes et certaines finitions aux ciseaux ressemblent à de véritables sculptures.

Vu qu'elle ne toilette pas toujours des chiens gentils, (nous remarquerons, dans le paragraphe consacré aux limites de cette activité, que certains chiens sont particulièrement agressifs) et afin de faciliter son travail, tous les chiens, même les plus calmes, sont attachés. Ainsi dès le départ, la toiletteuse montre-t-elle son autorité et annihile toute prétention de commandement de la part du chien. De plus, ces animaux ne sont guère perturbés d'être mis à l'attache puisqu'ils acceptent la plupart du temps d'être toilettés et reviennent avec plaisir. Contrairement à une certaine rumeur, les toiletteuses ne donnent pas de calmant aux chiens. Si le chien est trop agressif, elle peut demander au maître de l'emmener chez le vétérinaire qui seul a le droit de prescrire et d'administrer cette classe de médicament.

Son activité ne se limite pas uniquement au toilettage des chiens ; elle doit organiser son travail en fonction des rendez-vous, des reprises des chiens toilettés et du maintien en bon état du matériel comme l'affûtage régulier des ciseaux. Certaines vont même, entre chaque client, distribuer des tracts publicitaires.

En fonction de la diversification désirée, la plupart des salons de toilettage sont aussi une boutique de mode pour le chien citadin où le professionnel peut proposer à la vente des produits de beauté canine, de nombreux accessoires (colliers, laisse, paniers), des aliments et même parfois des chiens (18). L'ensemble de ces ventes représente 40 % de leur chiffre d'affaires. D'ailleurs, une étude réalisée par le magazine « Défis » en 1988 établissait déjà qu'une entreprise de toilettage ne pouvait être considérée comme équilibrée que si l'offre commerciale comprenait une activité de vente d'articles représentant au moins la moitié de son chiffre d'affaires (7). D'ailleurs, les toiletteuses se limitant à la seule prestation de toilettage sont exceptionnelles.

La pratique de cette activité s'effectue rarement seule, car il est difficile d'accueillir la clientèle ou de vendre des accessoires tout en toilettant un chien. Ainsi, la plupart des toiletteuses possèdent-elles un ou plusieurs employés.

Le tableau 16 récapitule les différentes qualifications professionnelles des toiletteuses. Les qualifications professionnelles des toiletteuses sont établies et reconnues par l'Annexe n°2 à l'accord national relatif aux emplois et classifications du 8 avril 1994, concernant les emplois et qualifications spécifiques aux commerces de détail de vente des petits animaux, produits pour animaux familiers, ainsi qu'aux services de toilettage, dressage, pension, et éducation d'animaux de compagnie.

Outre le toilettage d'entretien, des clients utilisent ce service pour préparer leur animal à une exposition de beauté canine (13).

Notons que le toiletteur ne se borne pas au seul domaine canin mais toilette aussi des chats ou d'autres animaux de compagnie. Néanmoins, cette activité est soumise à certaines contraintes qui en sont ses limites.

E. Limites

Les limites de cette profession sont, à la fois, liées à son image de marque, aux souhaits des propriétaires, au mauvais entretien du pelage de l'animal, au chien lui-même et aussi à la conjoncture économique.

1. Limite liée à l'image de marque

Le toilettage est encore synonyme de luxe dans certaines régions. Ainsi, la situation économique des toiletteurs est plus difficile en province en dehors des grandes villes (18).

2. Limite liée aux souhaits des propriétaires

Trouvant désagréable les poils longs détrempés par la pluie ou ne voulant pas empêcher un chien de race sophistiquée de vivre normalement de crainte d'altérer sa toilette, de nombreux propriétaires ne souhaitent pas que leurs chiens soient toilettés comme le réclame le standard de la race mais désirent une toilette de confort avec une coupe courte de la robe pour en minimiser les contraintes tout en sauvegardant l'esthétique de cette race.

Les phénomènes de mode sont, d'ailleurs, à déplorer. Ainsi, de nombreuses personnes se sont pris de goût pour le Berger des Pyrénées, et désormais demandent, souvent, de le tondre sans essayer de lui conserver ses caractéristiques (30).

Si la qualité des toiletteuses est variable en raison de l'absence de diplôme exigé pour exercer cette activité, les litiges résultent le plus souvent d'une incompréhension entre la demande du client et ce qu'en a déduit la toiletteuse. Il est donc utile que la professionnelle vérifie la coupe désirée par le propriétaire pour son chien. En effet, certaines demandes sont aberrantes :

- coupe baby sur un Yorkshire terrier avant la confirmation ou coupe rase sur un Terrier endommageant définitivement la texture ou la couleur du poil,
- coupes farfelues ou extravagantes,
- teintures couvrant toutes les couleurs de l'arc-en-ciel ou teintures fluorescentes et psychédéliques (18).

Dans ces cas-là, les propos de la toiletteuse tentant de dissuader le propriétaire de l'animal sont souvent interprétés comme une incapacité à réaliser la prestation demandée. Si, malgré ses conseils, le client persiste dans ce désir, la toiletteuse peut demander la signature d'une décharge afin d'éviter, ultérieurement, tout reproche sur les conséquences préjudiciables du travail demandé même si celui-ci a été correctement réalisé (30).

Ces mentalités dénotent, outre une méprise sur le choix d'un chien, une perception faussée du rôle du toiletteur (30).

Par anxiété, quelques propriétaires refusent de laisser seul leur chien entre les mains de la toiletteuse. Même s'ils ne sont pas nombreux dans ce cas, ils compliquent la tâche de

Tableau 16 - Qualifications professionnelles des toiletteuses

Toiletteur 1^{er} échelon	Employé(e) ayant moins d'un an de pratique professionnelle à ce poste, qui effectue sa formation au contact du personnel assurant le toilettage. assure les tâches liées à l'hygiène des animaux, tels que les bains et séchages, et participe à certaines opérations de préparation et de tonte, mais sous le contrôle de sa hiérarchie. assure la mise en rayon des marchandises, le bien être et l'entretien des animaux ainsi que tous travaux s'y rapportant.
Toiletteur 2^{ème} échelon	Employé(e) qui tout en assumant les tâches de toiletteur 1^{er} échelon a acquis à travers sa pratique professionnelle la compétence nécessaire pour recevoir, sous contrôle hiérarchique, la clientèle du salon de toilettage (prise des rendez-vous, accueil de la clientèle...). Participe à toutes les opérations liées à l'activité toilettage. Capable de participer, sous contrôle hiérarchique, à une leçon d'éducation canine (sociabilisation). Possède en outre les compétences nécessaires pour présenter et mettre en œuvre les produits et les animaux qu'il, elle, vend, dans les rayons en rapport avec l'activité toilettage. En ce qui concerne le niveau de formation, est titulaire d'un CAP de vente, sanctionnant une compétence reconnue en animalerie, ou diplôme équivalent, ou expérience professionnelle équivalente, dans la branche d'activité.
Toiletteur 3^{ème} échelon	Toiletteur, toiletteuse, qui a acquis une bonne connaissance de la pratique des actions de toilettage. Capable d'animer une leçon d'éducation canine (sociabilisation). Est un conseiller de vente dans les rayons en rapport avec l'activité toilettage, avec une bonne connaissance des animaux (et tout particulièrement chiens et chats, mais sans exclusive), et des produits correspondants et une bonne compétence à la vente. Participe aux tâches relatives à l'approvisionnement. Contribue à la formation des toiletteurs 1^{er} et 2^{ème} échelon.
Toiletteur-vendeur technique 1^{er} échelon	« toiletteur(se)-vendeur(se) » qualifiée, qui outre l'excellente connaissance technique des actes de toilettage, comme des animaux, et des produits en rapport avec l'activité toilettage, a acquis la compétence commerciale et technique le, la, rendant apte à répondre aux préoccupations exprimées par la clientèle et à la conseiller. Connaît la réglementation liée à son secteur, et sait la mettre en œuvre. Contribue en outre à la formation technique des toiletteurs sur les fonctions liées au toilettage comme celles liées à la vente. En ce qui concerne le niveau de formation, est titulaire du CAP ou d'un diplôme équivalent, depuis plus de deux ans, dans la branche d'activité, ayant fait l'objet d'une formation qualifiante.
Toiletteur-vendeur technique 2^{ème} échelon	Toiletteur technique qui outre la qualification et les compétences techniques ou commerciales du 1^{er} échelon a acquis une maîtrise totale de sa fonction, répondant parfaitement aux besoins du service de la clientèle. Est apte à remplir les fonctions de tuteur technique.
Chef du département salon de toilettage 1^{er} échelon	Responsable de tout ou partie de l'activité toilettage, il, elle, possède les connaissances nécessaires au bon déroulement de cette activité, comme à la vente des animaux et des produits en rapport avec cette activité. Maîtrise et fait appliquer la réglementation concernant les animaux et les produits présents dans son rayon. Utilise les outils de gestion de l'entreprise en appliquant les directives de sa hiérarchie. Assure notamment l'accueil, le conseil et le service de la clientèle, la surveillance permanente du stock. En ce qui concerne le niveau de formation, est titulaire d'un baccalauréat professionnel commerce avec approfondissement sectoriel en animalerie, ou d'un diplôme équivalent, ou d'une expérience équivalente.

Chef du département salon de toiletage Technicien agent de maîtrise 2 ^{ème} échelon	Responsable de la gestion et de l'organisation du secteur de services et de produits dont il, elle, a la charge. Anime et coordonne l'activité des toiletteurs et des autres employés de son secteur, sous la responsabilité du directeur de magasin. Maîtrise et fait appliquer la réglementation concernant les animaux et les produits de son secteur. Peut être amené(e) à participer au recrutement et à la formation.
Chef du département salon de toiletage technicien agent de maîtrise 3 ^{ème} échelon	Responsable qui outre la qualification et les compétences techniques ou commerciales du 2 ^{ème} échelon et les connaissances réglementaires, a acquis une maîtrise totale de sa fonction pour ce qui concerne les services auprès de la clientèle et les relations avec les partenaires de l'entreprise, dans le cadre de son secteur, et assure la gestion des équipements. Collabore directement avec le directeur de magasin, sous sa responsabilité. Connaît parfaitement les fonctionnements des différents services de l'entreprise. Lors de l'absence de son responsable, est capable de prendre des initiatives dans le cadre de ses fonctions.

la professionnelle d'autant que certains maîtres tournent autour de la table tout en commentant son travail (18).

3. Limite liée au mauvais entretien du pelage

Afin de parfaire la beauté du chien, suite au toilettage effectué, le propriétaire doit entretenir chez lui le travail de la toiletteuse ; si le chien n'est pas régulièrement brossé, des nœuds se forment. Or, ce n'est pas toujours facile ou évident pour ce particulier de poursuivre le toilettage de la professionnelle (18).

Généralement, à la différence des chiens d'exposition entretenus régulièrement, les chiens sont confiés trop rarement et trop tardivement à la toiletteuse. Face à ces fourrures emmêlées, parfois feutrées voire mêmes « tamponnées », le démêlage devient fatigant, pénible et difficile. Dès lors, outre une technique et un matériel adéquat (brosses douces en évitant les étrilles), cet acte demande des qualités de patience et de courage, ce dont les clients ne se rendent pas toujours compte (26).

Ainsi, plus qu'une coupe harmonieuse, le démêlage est-il souvent le quotidien de la toiletteuse (26). Dès lors, il ne faut pas craindre une certaine forme de routine d'autant que les modes durent peu longtemps : la coupe pompon n'a plus la cote chez les propriétaires de Caniche depuis longtemps ; de même, la teinture n'a pas séduit le maître français (18).

4. Limites liées au chien

a. Limite liée au pelage du chien

En dehors de leur aspect, les gens recherchent dorénavant des races canines d'entretien très facile, ne nécessitant que quelques coups de brosse pour l'entretien de leur pelage. Ainsi, les propriétaires acquièrent-ils davantage de chiens à poil court et lisse ne nécessitant aucun entretien particulier et encore moins une visite chez le toiletteur.

b. Limite liée au caractère du chien (19–57)

Certains chiens sont récalcitrants, voire agressifs à la séance de toilettage. Souvent, les moins dociles sont des chiens de petite taille trop gâtés : ils refusent de se laisser baigner ou de se faire brosser, car ces soins sont pour eux superflus. Outre les gémissements et les grognements, ces chiens bondissent dans tous les sens ou essaient de mordre la brosse voire la toiletteuse. Dans ces conditions, toiletter un chien minuscule aux poils longs, tel un Yorkshire terrier n'est pas toujours une mince affaire. La toiletteuse doit, alors, lui faire comprendre qu'il est inutile d'empêcher le toilettage en entourant sa mâchoire d'une sangle ou en la muselant afin de l'empêcher de mordre.

5. Limites liées à la conjoncture (30)

La conjoncture actuelle impose des restrictions, et oblige les particuliers à redéfinir leurs dépenses ; les maîtres n'hésitent pas à allonger les délais d'une coupe à l'autre. Des propriétaires demandent, alors, de tondre un chien qui s'épile en raison du prix moins onéreux, bien que la tonte nécessite en fait de revenir plus souvent.

Si le toiletteur est susceptible d'être limité dans son travail, il peut néanmoins valoriser son activité.

F. Valorisation de l'activité

La valorisation de la profession passe par une meilleure qualité du toilettage, une prise en compte du propriétaire, une ou plusieurs activités secondaires ainsi que la participation aux concours de toilettage.

1. Meilleure qualité du travail effectué

En marge de l'évolution de ce métier, les « laveurs et des tondeurs de chiens » sont toujours présents. Il n'y a pas besoin d'être un spécialiste pour s'en rendre compte. Cependant, la majorité des toiletteuses sont des artisans honnêtes.

Réaliser un toilettage de qualité valorise le travail de cette cynophile ; une coupe aux ciseaux réalisée correctement représente une belle publicité pour la toiletteuse. De ce fait, proportionnellement au supplément de temps passé, nous pouvons considérer que cette coupe revient moins chère qu'une tonte (30).

Afin d'inciter leurs consœurs à valoriser leur activité en pratiquant des toilettes de qualité, les toiletteuses adhérentes au syndicat professionnel, PRODAF, se sont constituées en section et ont adopté une charte de qualité. L'objectif est d'assurer le bien être de l'animal, ainsi que la protection du consommateur.

2. Meilleure prise en compte des propriétaires

Étant une activité commerciale, la gestion des propriétaires de chien est tout aussi importante que le travail réalisé sur leur compagnon. Toute amélioration de ce management valorise le travail de la toiletteuse.

Notons qu'en Belgique, une toiletteuse a installé dans sa boutique plusieurs webcams permettant de retransmettre durant les heures d'ouverture les toilettages des chiens en direct.

3. Activité complémentaire

De nombreuses toiletteuses, salariées ou entrepreneuses valorisent leur prestation toilettage en s'impliquant dans une ou plusieurs activités complémentaires : élevage, conduite de chiens de concours... voire éducation canine. En ne se limitant pas à la simple activité de toilettage, certaines deviennent de véritables cynotechniciennes en élargissant leurs investigations en direction de l'animalerie. D'autres préfèrent valoriser leur technique en participant à des compétitions de toilettage.

4. Compétition de toilettage

Les compétitions de toilettage procurent, à cette toiletteuse, une certaine notoriété au sein de la profession et une publicité avantageuse vis-à-vis de la clientèle. De plus, les participants apprennent toujours au cours de ces concours quelques secrets de toiletteurs réputés venant de toutes les nations.

a. Championnat de France de toilettage et d'esthétique canine (41)

Le Championnat de France de toilettage et d'esthétique canine est organisé chaque année par l'Association des toiletteurs professionnels (ATP) et le SNPCC ; il se tiendra en région nantaise en fin d'année 2004.

Les candidats ont le choix entre plusieurs classes d'inscription :

- les personnes en formation ou ayant terminé leur formation de toilettage dans l'année civile peuvent s'engager en classe « Futur pro » ;
- les professionnels, installés ou employés, qui n'ont jamais gagné un titre de champion au Championnat ou une médaille d'or aux Ciseaux d'or ou à un autre championnat international étranger concourent en classe « Pro » ;
- enfin, les toiletteurs ayant déjà gagné un des titres précédemment énoncés se retrouvent en classe « Top pro ».

Le titre de champion de France est décerné pour chaque classe.

Dans chaque classe, les candidats participent à plusieurs catégories. Les catégories se combinent de la sorte :

- la catégorie spaniel comprend principalement les Cockers anglais et les Cockers américains. Mais ce sont souvent des Cockers américains qui sont présentés ;
- la catégorie épilation comprend les chiens à poil dur. Ceux-ci s'épilent afin de garder leur texture particulière de poil (poil dur long et sous poil soyeux). Il s'agit de presque tous les terriers (Welsh terriers, West Highland white terriers, Scottish terriers...), des teckels à poil dur et des Schnauzers ;
- la catégorie Caniche commercial correspond à la coupe du caniche couramment pratiquée en salon de toilettage mettant en valeur la beauté du chien. Ce sont les types mouton, baby, boléro ou, zazou. Toutes les tailles (grand, moyen, nain, toys) de Caniche participent à cette catégorie, comme à la suivante ;
- la catégorie Caniche exposition représente la coupe répondant à un standard bien défini du Caniche permettant au chien de participer également à un concours de beauté organisé par la SCC. Ainsi, à objectifs exceptionnels (le concours de beauté), critères spécifiques de toilettage ;
- la catégorie autres poils comporte toutes les autres races de chiens qui se toilettent dont les bâtards, les corniauds et autres griffons. On rencontre en général des Kerry blues, des Bedlington, des Bichons... voire des Bouviers des Flandres.

Pour chaque épreuve, le candidat est noté sur 120 points. Le cumul des trois épreuves obligatoires désigne les finalistes et le meilleur du festival international de toilettage.

b. Les ciseaux d'or

Une compétition internationale de toilettage canin « Les ciseaux d'or » a été créée à la Grande Motte, près de Montpellier en 1998.

Chaque année, à la mi-février, cette compétition réunit l'élite des toiletteurs de plusieurs pays d'Europe (Angleterre, Pays-Bas, Italie, Suisse, Espagne, Portugal...). Différents types de chiens sont toilettés : épilation d'un Terrier, coupe tondeuse d'un Terrier, toilettage des différents Cockers, mise en valeur du Caniche de petit taille et du Caniche de grande taille ainsi que de races possédant d'autres types de poils. Le toiletteur y est jugé pour son approche du chien, les lignes, les techniques employées,

le respect du standard et le résultat final (balance, harmonie, adaptation à la morphologie du chien...).

Là aussi, plusieurs classements existent : catégorie « jeune », comportant les toiletteurs installés depuis moins d'un an ou âgés de moins de 20 ans, « champion » et « ouverte ».

Plusieurs trophées sont attribués : Best of the Best, trophée Les ciseaux d'or, trophée Oster (la réussite et le succès de cette manifestation a convaincu la société Oster de s'associer à cette rencontre en y organisant le dimanche son tournoi européen sur invitation pour y consacrer le meilleur toiletteur européen parmi 25 champions invités).

Notons que le lundi est consacré à des séminaires et à des démonstrations de toilettage sur des dizaines de races différentes avec projection sur écran géant.

c. L'Intergroom

Cependant, le concours de toilettage le plus renommé se déroule, le plus souvent au mois d'avril, à New York (USA) : c'est l'« Intergroom ». Cette compétition mondiale rassemble les meilleurs toiletteurs du monde, répartis en équipe nationale. Les autres toiletteurs concourent en open. Les douze équipes peuvent concourir dans plusieurs classes (Caniche, Terrier, Cocker, Spaniel, Setter...). Le vainqueur gagne quatre mille dollars.

Intergroom International anime de temps en temps une compétition du même genre dans une grande ville européenne, comme Milan, Bruxelles... 25 des meilleurs toiletteurs titrés d'Europe concourent à cette occasion. Ils proviennent souvent de Belgique, France, Angleterre, Pays-Bas, Italie, Allemagne, Norvège, Suède, Danemark, Finlande, Tchéquie et Slovaquie. Le vainqueur reçoit un prix de 1 500 dollars, ainsi qu'un voyage à New York, tous frais payés, à l'occasion de l'« Intergroom ».

Cependant, ces concours sponsorisés par un producteur de tondeuses électriques professionnelles, Oster Professional Products, se déroulent uniquement sur invitation.

d. Intérêt de ces compétitions

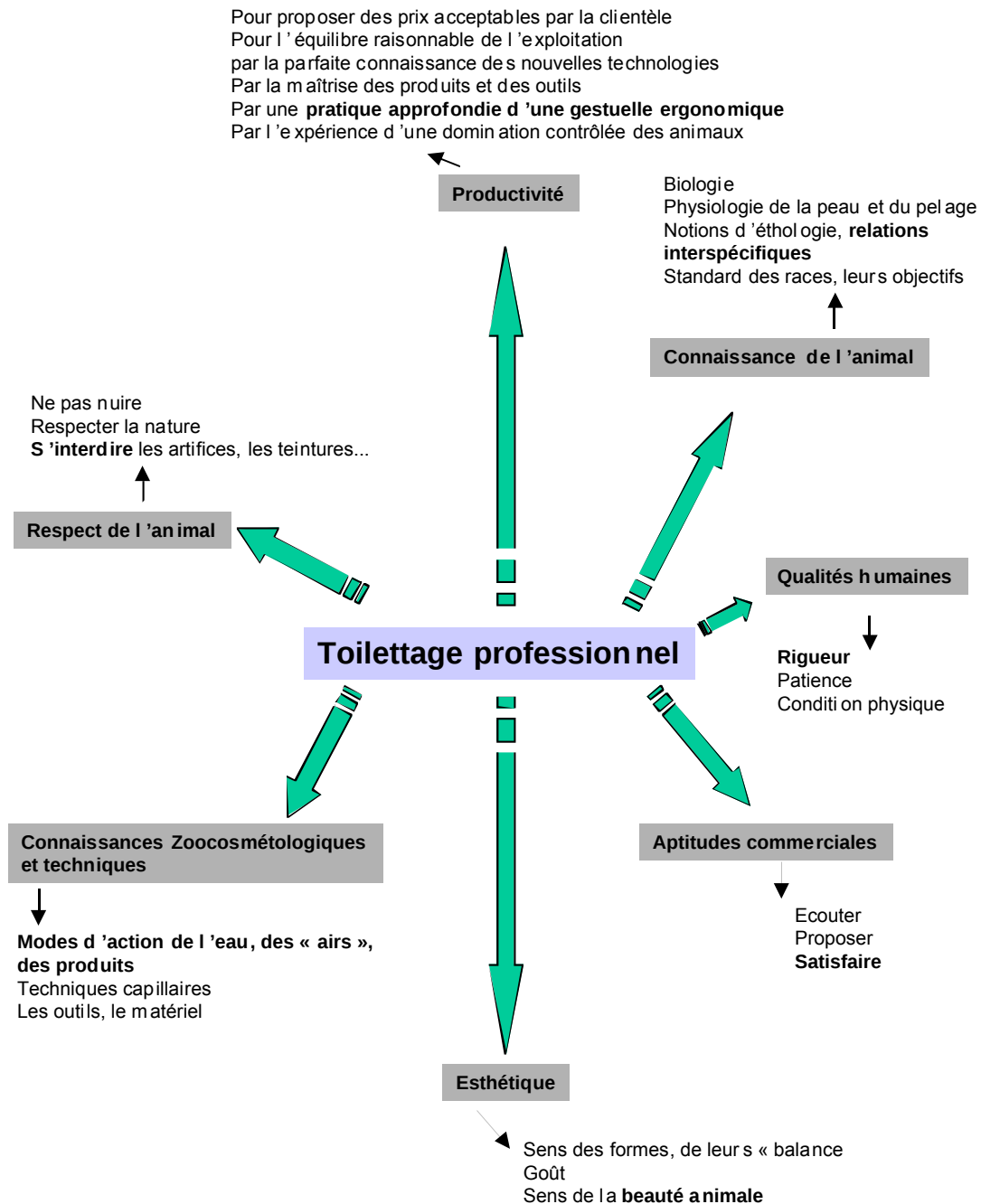
Le but de ces compétitions est, pour la toiletteuse, non seulement d'avoir un jugement sur un toilettage réalisé en temps limité (les jugements sont effectués généralement par des toiletteurs eux-mêmes champions), mais aussi d'asseoir sa réputation et de faire connaître au grand public ce métier d'art exercé par des artistes.

Mais, avant de pouvoir concourir dans de telles épreuves, encore faut-il posséder les qualités nécessaires pour être une bonne toiletteuse.

G. Qualités

Consciemment ou pas, rendre un chien bien toiletté faisant la fierté de son maître est une vocation. Cependant, être toiletteuse requiert certaines qualités liées à la personnalité de ces professionnelles, à leur côté relationnel et à leur compétence technique (2-18). Ainsi, cette profession n'est-elle pas à la portée de tous.

Figure 2 - Récapitulatif des qualités du toiletteur



1. Qualités cynophiles

Plus que les autres métiers canins, aimer les chiens et être aimé d'eux est une qualité indispensable bien qu'elle ne soit pas suffisante. La toiletteuse ne voit pas toujours ces animaux sous leur meilleure apparence ou sous leur meilleur caractère d'autant que de nombreux chiens n'aiment pas être baignés, ni être toilettés. Dans ce cas, une bonne maîtrise de ces carnivores, savoir les mettre en confiance et à l'aise lui évitent de transformer la séance de toilettage en moment de torture mais plutôt en partie de plaisir.

Afin de maîtriser les chiens récalcitrants qui rechignent à se laisser manipuler ou qui deviennent agressifs, la toiletteuse sait s'imposer en douceur pour se faire obéir, sans énervement, ni brutalité même si ce n'est pas toujours évident, d'autant que certains maîtres confient leur chien à la toiletteuse car l'animal ne se laisse pas brosser (22). Lors des séances de brossage et de frictions après la douche, la toiletteuse sait faire preuve d'autorité tout en maintenant une douce fermeté pour que le chien se montre docile. Elle n'hésite pas à le disputer, tout en le respectant, s'il se rebiffe. Si la toiletteuse doit pouvoir travailler en toute sécurité à la fois pour elle-même et pour les animaux, elle doit aussi être gentille, prévenante, attentive, à l'écoute et patiente avec les compagnons de ses clients. Ces règles d'or de toute activité commerciale sont d'autant plus valables que sa clientèle évolue dans un univers où l'affectif tient une place prépondérante (18-57).

Le toilettage nécessite, aussi, des capacités manuelles et artistiques (13).

2. Qualités manuelles et artistiques

Bien entendu, une dextérité manuelle est indispensable, car épiler, tondre voire même démêler n'est pas une tâche facile pour les maladroits. Plus qu'une solide technique, un certain feeling ou doigté notamment pour palper la robe du chien, un sens de l'esthétique canine et un bon goût artistique sont les qualités minimales à posséder afin de réussir dans cette profession où une faute de goût est souvent rédhibitoire. En effet, si la technique peut s'apprendre, ces aptitudes ne peuvent pas s'improviser. Il est, donc, préférable de posséder initialement ce don à l'instar de toute activité artistique, la toiletteuse doit le cultiver car, même innée, cette qualité ne suffit pas à faire de l'honnête toiletteuse une artiste. Persévérance, détermination, formation permanente permettent de le devenir. En effet, se remettre en question devient une qualité de plus en plus indispensable car, sorti des limbes il y a 25 ans, le toilettage évolue constamment à la fois du point de vue des techniques que du matériel émanant principalement des USA (26).

Ces qualités artistiques sont des capacités plutôt détenues par la gent féminine. Elles expliquent la forte féminisation de cette activité malgré la bonne renommée professionnelle de plusieurs hommes. Cependant, bien que très féminisée, cette profession nécessite des qualités physiques.

3. Qualités physiques

Ce métier est dur d'un point de vue physique. Les séances de toilettage se déroulent debout, voire courbé. Dans le cadre d'un toilettage de haute qualité, comme lors d'un concours, le travail, la précision, le souci de perfection demandent à la toiletteuse, debout, les bras tendus, un effort durant deux heures trente. Une grande résistance et une excellente forme physique sans douleur, ni pathologie vertébrale sont nécessaires.

En effet, les différentes étapes du toilettage nécessitent, en moyenne, de lever sept fois le chien, souvent pour le passer d'une table à l'autre (30).

Notons, aussi, que malheureusement, une allergie au poil de chien est rédhibitoire pour cette activité (22).

Le toilettage étant aussi une activité commerciale, la toiletteuse doit posséder, outre ces capacités artistiques, des qualités allant dans ce sens.

4. Qualités commerciales

Avoir un très bon contact avec la clientèle et un sens aigu de l'accueil sont nécessaires pour exercer cette activité (16). Une bonne perception de la psychologie des maîtres est tout aussi importante que la connaissance de la psychologie canine. Une bonne organisation et une bonne productivité, c'est-à-dire une faculté à travailler rapidement, permettent, à la toiletteuse, de réaliser un bon chiffre d'affaires, d'autant que peu de gens acceptent d'attendre longtemps pour récupérer leur chien (13). Le tableau 17 nous indique le temps à consacrer pour réaliser certaines toilettes.

Pour s'installer à son propre compte, l'esprit d'initiative, la débrouillardise, la motivation, la détermination et la persévérance sont tout aussi indispensables qu'une grande rigueur dans la gestion. L'à-peu-près ou la remise d'une tâche à plus tard ne peuvent être satisfaisants pour réussir dans cette activité artisanale. La propreté et l'entretien (balayage, lavage, désinfection du salon) sont tout aussi déterminants dans la réussite commerciale des toiletteurs que la rigueur nécessaire au choix du shampoing et au toilettage des chiens.

H. Organisation de la profession

1. Sexe

Ce métier est exercé à 85% par des femmes (42).

2. Lieu de travail

Bien que certaines choisissent de toiletter à domicile, cette profession s'exerce dans un salon.

Suite à l'ouverture de la profession au plus grand nombre, les salons de toilettage ne sont plus seulement situés dans les beaux quartiers des grandes villes. Les 3 500 à 4 000 salons de toilettage existant dans l'Hexagone sont relativement bien implantés dans les grandes agglomérations. Ces installations sont en augmentation de 60 % depuis quinze ans.

La surface de ces lieux de travail est variable. Certains toiletteurs ont aménagé des salons dans 20 m². D'autres travaillent dans des structures de plus de 120 m² (42).

L'aménagement du local comprend, outre la salle de toilettage proprement dite qui est carrelée jusqu'à une hauteur d'environ un mètre cinquante, une bonne réserve d'eau chaude, une installation électrique alliant puissance et sécurité ainsi qu'une baignoire située perpendiculairement au mur, et non contre celui-ci, afin de faciliter le travail. Cette baignoire est surélevée afin d'éviter de travailler le dos courbé. Etudions l'installation de ce local.

3. Installation

Ouvrir un salon de toilettage n'est pas une simple aventure qui doit être prise à la légère. Comme pour toutes les professions libérales, la toiletteuse doit trouver sa clientèle. Une bonne étude de la situation est nécessaire avant de s'installer.

a. L'installation proprement dite (42)

Pour rendre son projet professionnel viable, elle évite de s'installer dans les régions saturées en toiletteuses et choisit une localité où de nombreux habitants sont intéressés par son installation. Le potentiel minimum nécessaire pour une telle création en zone urbaine est de prévoir un salon pour 10 000 habitants alors que le potentiel minimum en zone semi-rurale et rurale est d'un salon pour 15 000 habitants.

Certaines toiletteuses cherchent à s'installer à proximité d'un professionnel animalier afin de bénéficier d'un mode de publicité indirect. Ainsi, certaines s'intègrent dans des structures animalières en louant une partie des locaux. D'ailleurs, de plus en plus de praticiens vétérinaires cherchent à diversifier leur activité libérale par une structure commerciale (revenus supplémentaires et fidélisation de la clientèle pour certains, prolongement de l'activité pour d'autres). Ces praticiens ouvrent, alors, un local de toilettage à proximité ou au sein de la clinique vétérinaire. Or, si la fréquentation quotidienne aux abords de cette clinique ou de la structure animalière est bénéfique à la toiletteuse, la réputation et la qualité des prestations de ces structures ont une influence tant positive que négative sur l'activité toilettage.

L'investissement pour trouver un local correctement situé (à proximité d'un vétérinaire ou d'une animalerie) et l'aménager (baignoire, divers équipements...) nécessite plusieurs milliers d'euros. Cet investissement varie énormément en fonction de la surface à aménager. L'aménagement d'une structure de 120 m² peut décupler l'investissement initial par rapport à un salon de toilettage de 20 m².

Au-delà des démarches administratives (inscription au registre du commerce et des sociétés), la création d'un salon comporte quelques particularités :

- la future toiletteuse doit vérifier que le bail, si elle n'est pas propriétaire du local, autorise les divers aménagements (baignoire,...). Souvent, cette cynophile est obligée de remettre en état le futur local de toilettage ;
- la deuxième étape consiste à examiner que le système électrique soit aux normes afin de pouvoir travailler en permanence en atmosphère humide. Dans le cas contraire, elle installe un système adapté, tout comme l'équipement de plomberie, la baignoire, un chauffe-eau au gaz (préférable au cumulus électrique), et un système de ventilation adapté (portable ou fixe) ;
- ensuite, elle réalise un cadre agréable permettant de travailler dans de bonnes conditions tout en facilitant l'attachement de la clientèle au salon ;
- dans la dernière étape, elle évalue l'achat du matériel et des produits de cosmétique canin. L'investissement minimum moyen en matériel est de 5 400 euros hors taxes.

Le marché étant tout à la fois porteur et en expansion, l'installation d'un salon de toilettage est facilitée par différentes conditions financières. L'aide à la création ou à la reprise d'entreprise (ACCRES) dont le fondement a été revu, favorise une telle installation. Cet appui peut être complété sous certaines conditions par l'exonération

Tableau 17 - Quelques indications sur le temps passé pour certaines toilettes

Les présentes indications ont une valeur relative et tiennent compte de chiens régulièrement toilettés, peu emmêlés et d'une manipulation facile. Tous ces temps comprennent le bain avec deux shampooings, une crème de rinçage et le séchage.

▪ York, bain	20 minutes
▪ Berger allemand, bain	45 minutes
▪ Caniche nain, tonte	35 minutes
▪ Caniche nain, coupe aux ciseaux	50 minutes
▪ Caniche nain, coupe exposition	80 minutes
▪ Caniche royal, coupe aux ciseaux	environ 2 heures de coupe uniquement
▪ Westie, épilation	2 heures et demi (le tondre ne prendrait que 1 heure 15)
▪ Fox, épilation	60 minutes
▪ Cocker spaniel	60 minutes
▪ Cocker américain	120 minutes

Tableau 18- Bilan prévisionnel d'une installation en toilettage (42).

Examinons le bilan prévisionnel de l'installation d'un salon de toilettage par un professionnel en zone urbaine. Ce bilan est réalisé à partir de sommes moyennes hors taxes.

Pour une surface de	20m ²	40m ²
Rachat d'un fond de commerce	7 700 euros	22 900 euros
Remise en état du local	1 530 euros	15 250 euros
Mises aux normes du système électrique	1 530 euros	7 700 euros
Equipements de plomberie	1 530 euros	7 700 euros
Achat du matériel et produits divers	3 050 euros	7 700 euros
Total	15 340 euros	61 250 euros

des charges sociales de la première année d'exercice pour une valeur approximative de 4 580 euros.

Reste qu'en dépit de ces aides, la toiletteuse n'oublie pas d'établir au préalable un bilan prévisionnel afin d'estimer précisément l'investissement nécessaire. Nous lui conseillons, alors, de ne pas faire cette estimation dans des conditions d'exploitation optimale mais dans le cadre d'un contrôle minutieux de l'activité. Le Tableau 18 nous laisse entrevoir un tel bilan prévisionnel pour deux types de surfaces.

La rentabilité d'un salon est atteinte en moyenne en quatre ans.

Notons que certaines entreprises fournissent clé en main un salon ou un magasin spécialisé dans le toilettage. Ainsi, la société S.A.Girault propose-t-elle la formation, l'installation, l'équipement, les produits et les articles canins jusqu'au service après-vente d'affûtage.

Concluons ce paragraphe en remarquant qu'il est, aussi, possible de s'installer en tant que salarié dans un salon dit « intégré ». Ces salons de toilettage sont intégrés au sein d'élevages canins, de pensions canines mais surtout dans des animaleries et maintenant dans des jardineries.. De telles structures connaissent un fort développement si bien que pratiquement toutes les chaînes d'animalerie (Petland, Mille Amis, Zoomarket, Zooland, Cityzoo...) et la chaîne de jardinerie Truffaut offrent une telle possibilité d'implantation.

Cependant, ces créations masquent les centaines de fermetures de salons nouvellement créés. Le turnover des salons de toilettage -environ 500 salons par an- est, donc, particulièrement important alors que la durée moyenne d'exercice d'une toiletteuse serait de huit ans. Etudions les causes de ces existences éphémères.

b. Causes d'échec (30)

Avant le manque de formation technique, les échecs ont surtout pour cause des moyens financiers insuffisants et un mauvais choix du lieu d'implantation du salon. Cette mauvaise situation géographique est principalement liée à une implantation dans des quartiers ou des rues difficiles d'accès, voire en campagne.

Parfois l'établissement (enseigne, clientèle et stocks) est acheté hors de prix ou n'est pas rentable. La rentabilité d'un salon est obtenue lorsque la toiletteuse accueille au minimum cinq chiens par jour.

Le local n'est pas tout, il y a aussi le matériel.

4. Matériel

Si la maîtrise technique de la toiletteuse est importante, une panoplie de petit matériel est indispensable à cette professionnelle.

Les ustensiles de base sont les différents peignes avec des dents plus ou moins espacées, les brosses comme la brosse en métal dit « terrier pad » pour brosser tout en enlevant le sous poil, les ciseaux, les couteaux de toilettage (couteau à trimmer, couteau à effiler), le carde, l'étrille, les pinces, la tondeuse à main ou électrique. Des tondeuses robustes, silencieuses, ne chauffant pas et à moteur séparé sont l'idéal malgré leur coût élevé.

Le gros équipement est moderne et adapté. La table de toilettage ne doit pas être trop haute mais assez solide avec une surface anti-dérapante. Cette table comporte, aussi, une potence permettant d'attacher et de maintenir le chien pendant le toilettage. Le

choix de la toiletteuse va se porter préférentiellement sur une table avec un relevage hydraulique afin de minimiser les efforts de ses muscles lombaires. De même, cette professionnelle choisit une baignoire adaptée, c'est-à-dire offrant une contention facile des animaux, et réglable en hauteur pour ménager son dos. Cet équipement doit fonctionner avec de l'eau non dure. Un système de distribution de shampoings lui permet d'allier efficacité et économie. L'aspiration mécanique des surplus d'eau est nécessairement puissante.

L'investissement minimal requis pour ces différents accessoires avoisine 4 600 à 5 400 euros (42).

Une gamme complète de cosmétiques lui assure de répondre précisément au besoin de chaque chien (odeurs, chute de poils) et à tous les types de pelage (chiot, texture, couleur...).

Nous déconseillons aux toiletteuses d'utiliser les serviettes, contre-productives et vecteur de transmission d'agents infectieux ainsi que les cages de séchage, correspondant à un non-sens économique. A l'heure actuelle, les toiletteuses choisissent plutôt un dispositif de séchage combinant de l'air pulsé à haute pression et de l'air à basse pression.

5. Race

Si la toiletteuse entretient principalement des silhouettes canines sophistiquées ou raffinées, sa clientèle n'est plus constituée par des chiens de luxe ou d'élite. Nous pourrions presque affirmer que ce métier permet de caresser les multiples races de chiens « dans le sens du poil » (30).

L'essentiel des chiens toilettés sont des Caniches ou des Yorkshire terriers. Représentant 80 % de la clientèle de la toiletteuse en milieu urbain, les Caniches fréquentent assidûment les salons de toilettage en comparaison avec la population canine globale. En effet, uniquement 30 % de cette population totale se fait toiletter par des professionnels, alors que seuls 5 % des Caniches ne se font jamais toiletter. Cependant, si 35 % des Caniches se font toiletter quatre fois ou plus chaque année, il n'est pas courant pour la toiletteuse de sortir de la routine des coupes « mouton » pour cette race. Néanmoins, la population de Caniches devenant moins nombreuse chaque année, cette race risque bientôt d'apparaître minoritaire dans de nombreux salons (42).

Dans une moindre mesure, la toiletteuse s'occupe de chiens à poils longs ne nécessitant pas de toilettage proprement dit mais simplement un bain et un bon démêlage.

A l'heure actuelle, elle épile de plus en plus de terriers et toilette des Cockers ainsi que des chiens de races rares. En conclusion, les races les plus toilettées de nos jours, outre les deux races citées précédemment (Caniche et Yorkshire terrier), sont le Fox terrier ainsi que les Cockers anglais et américains (13–42). Ces races sont suivies par les West Highland white terriers ou Westies, les Bichons, et les Scottish terriers. Les Bergers des Pyrénées, les Schnauzers, les Bergers de Brie ou Briards, les Bobtails et les Bearded collies franchissent eux-aussi régulièrement la porte de cette professionnelle (30).

6. Emploi du temps (18–30)

Si la toiletteuse indépendante travaille six jours sur sept, la toiletteuse salariée vaque à cette activité cinq jours par semaine.

Les journées sont minutées d'autant qu'une toilette complète, même si la durée est variable selon la taille du chien, peut occuper la cynophile pendant deux heures. En effectuant une préparation soignée, la durée est portée à quatre ou cinq heures d'activités. C'est l'épilation d'un terrier qui lui sollicite le plus de temps. Nous reportons le lecteur au tableau 14 qui indique le temps passé pour réaliser certaines toilettes.

Pour ne pas faire patienter les animaux, elle organise sa journée en évitant la présence simultanée de plus de deux chiens dans le salon. C'est pourquoi elle travaille essentiellement sur rendez-vous, bien que la tendance évolue depuis cinq ans vers le « quick service » ou toilettage sans rendez-vous ; cette évolution entraîne la toiletteuse à gérer son travail différemment.

Généralement, les clients sont plus nombreux au printemps qu'en hiver, même si un chien bien toiletté attrape moins facilement froid en hiver qu'un animal dont les poils sont emmêlés. Novembre, janvier et février sont des mois de faible activité, alors que le point culminant des demandes se situe de mars à juillet. Septembre et octobre sont également des mois actifs, alors qu'un regain d'activité s'effectue juste avant les fêtes de Noël !

7. Salaire

Cette activité peut s'effectuer en tant que salariée ou en étant installée à son compte. Or, s'il est plus facile d'obtenir un emploi salarié dans un salon de toilettage que dans un élevage, les employées sont souvent rétribuées au plus juste. Ainsi, est-il préférable d'envisager de se mettre à son compte que de garder indéfiniment un emploi salarié dans un salon (16). C'est pourquoi 99 salons de toilettage « traditionnels » sur 100 sont des entreprises individuelles d'après le SNPCC (42).

Que l'on travaille «à son compte » ou que l'on soit salariée, la rémunération est toujours proportionnelle aux toilettes effectuées chaque jour. Dès lors, ce métier artistique nécessite une certaine productivité. « Plus de mille chiens toilettés par an, soit en moyenne trois à quatre chiens par jour sont nécessaires pour équilibrer le budget et dégager des profits », estime le Syndicat National des professionnels du chien (42).

Une vraie professionnelle ayant une bonne pratique obtient facilement un bon chiffre d'affaires même si cette activité ne permet pas de gagner largement sa vie. La toiletteuse commence rarement au-dessus du SMIC -1 016 euros brut par mois-, et n'atteint jamais un salaire très élevé situé, en moyenne autour de 1 220 euros brut mensuel; à ce salaire s'ajoutent les pourboires (18).

Par ailleurs, l'élasticité des tarifs des prestations est toute relative car le public n'est pas prêt à déboursier un prix trop élevé pour une toilette canine. Les prestations variant, aussi, selon les races, les tarifs demandés le sont tout autant. A titre indicatif, le tableau 19 nous dévoile quelques fourchettes de prix.

Le tarif demandé dépend aussi beaucoup de l'environnement socioculturel dans lequel la toiletteuse est implantée. D'un quartier urbain à l'autre, les propriétaires de chiens marquent aussi des préférences dans le toilettage (30). Cette activité s'effectue essentiellement par passion.

Le toilettage est une activité saisonnière et irrégulière, c'est pourquoi pour équilibrer leur exploitation, les toiletteuses proposent outre le toilettage la vente d'accessoires pour animaux, des aliments et même la vente d'animaux .

Même si cette activité s'effectue essentiellement par passion, elle est, nonobstant, soumise à des textes législatifs.

8. Législation

L'arrêté du 30 juin 1992 relatif à l'aménagement et au fonctionnement des locaux d'élevage en vue du toilettage des chiens concerne l'implantation de ces professionnelles.

a. La déclaration d'activité

Prévue par l'article 10 du décret n°91-823 du 28 août 1992, complété par les textes de l'arrêté du 30 juin 1992, cette déclaration est à adresser au Préfet, via la Direction des services vétérinaires. Elle est à renouveler à chaque changement d'exploitant ou de changement significatif d'activité.

Depuis 1982, l'ouverture d'un salon de toilettage n'est possible qu'après un stage d'initiation à la gestion et une inscription au registre du commerce et des sociétés (répertoire des métiers) (16).

b. Les installations

Les cloisons, les sols et les plafonds doivent être en matériaux durs et lisses, faciles à nettoyer et à désinfecter. La ventilation doit éviter les phénomènes de condensation, de propagation des odeurs, et de prolifération des parasites, ainsi que la propagation des risques d'infection. En cas de nécessité, les chiens doivent pouvoir être abreuvés dans de bonnes conditions.

c. L'hygiène

Les locaux doivent être désinfectés et désodorisés chaque jour.

Les poils sont ramassés après chaque tonte et stockés, ainsi que les balayures, dans un récipient étanche muni d'un couvercle.

Le matériel de toilettage est entretenu de manière à ne pas transmettre de maladies contagieuses ou parasitaires.

d. La sécurité

Les animaux doivent être protégés contre les animaux dangereux d'autres espèces ou de la même espèce : les chiens n'entrent pas en contact afin d'éviter tout affrontement et toute blessure. Toutes les dispositions sont, aussi, prises pour éviter la fuite des animaux.

Des instructions claires en cas d'urgence doivent prévoir l'évacuation des animaux.

e. Diplôme

La législation impose qu'au moins une personne titulaire du certificat de capacité soit présente sur le lieu d'un toilettage. Par contre, aucune référence professionnelle ou diplôme scolaire n'est exigé pour l'ouverture d'un salon de toilettage (1-7-16).

Or, s'installer exige des investissements pour acquérir le fonds de commerce, le matériel et les différents équipements. Des connaissances en gestion et administration sont, dès lors, nécessaires. Nous nous étonnons, alors, de l'absence de

réglementation et d'obligation concernant ce sujet, d'autant que 99 % des professionnels ont leur exploitation en nom propre selon le Syndicat National des professionnels du chien (16-42). Comme cette forme juridique impose la responsabilité individuelle face aux dettes contractées, les biens personnels sont, alors, engagés ainsi que ceux du conjoint en cas de mariage sous le régime de la communauté. Une telle installation étant la plus exposée au risque, l'absence de législation lors de cette création peut avoir des conséquences désastreuses (16). Ces faits expliquent de nombreux échecs lors de l'installation des toiletteuses. Avant de créer son propre salon, nous conseillons, donc, de parfaire sa formation par un emploi salarié chez une autre professionnelle.

f. Responsabilité professionnelle

La relation liant le client et la toiletteuse est contractuelle. La cynophile se voit confier un chien par son propriétaire afin d'y effectuer un travail conforme aux règles de l'art que la toiletteuse, en tant que professionnelle, est censée connaître. En cas d'erreur, la responsabilité professionnelle de la toiletteuse peut être engagée et une demande en dommages et intérêts peut être effectuée par le client mécontent.

Cette professionnelle bénéficie d'une assurance couvrant sa responsabilité professionnelle

g. Fiscalité (28)

Au point de vue fiscal, cette activité de prestataire de service est imposable au titre de l'impôt sur les bénéfices industriels et commerciaux (BIC). Le régime peut être le forfait individuel ou le réel.

Les recettes sont soumises à la TVA au taux de 19,6 %. L'intéressée peut récupérer la TVA qu'elle a payée sur les produits achetés (produits d'entretien, nourriture, matériel...).

h. Partenaires

h1. Organisations professionnelles

Depuis des années, cette activité essaie de se professionnaliser et d'évoluer en se structurant. Sans vraiment obtenir une stabilité durable, les syndicats se succèdent ou fusionnent depuis la première création d'une telle institution en 1975 (13). A l'heure actuelle, il existe l'Association des toiletteurs professionnels, qui organise entre autres les championnats de toilettage, et le Syndicat national des maîtres toiletteurs (13-16).

Depuis plus de vingt ans, l'association pour le perfectionnement et la promotion du toilettage canin (APPTC) constate un isolement des toiletteurs les uns vis-à-vis des autres. Ceux-ci s'ignorent quand ils ne se dénigrent pas. Cet isolement est peu propice à l'évolution de la pratique et à cette activité puisque chacun garde ses « petits secrets ».

Depuis 1975, le Syndicat national des techniciens de l'entretien canin, s'est employé à moraliser la profession et à la faire connaître auprès des pouvoirs publics (13).

Notons qu'il existe aussi les syndicats canins qui sont d'ordre plus général, comme le SNPCC. Cette organisation dissidente du SPCF regroupe aussi les professionnels du chien et du chat.

D'autres organisations professionnelles sont concernées par la profession du toilettage :

- le PRODAF regroupe les fabricants et distributeurs de la filière,
- le FNDSJ regroupe les jardinerie,
- Prestanimalia est la Chambre nationale des prestataires animaliers.

h2. Vétérinaires

Certains toiletteurs n'entretiennent pas toujours de bonnes relations avec les vétérinaires. Ces derniers leur reprochent d'effectuer trop souvent des consultations dermatologiques, voire des diagnostics, n'appartenant qu'à la compétence des vétérinaires.

Cependant, les relations avec les vétérinaires, comme avec les autres professionnels animaliers, dépendent du contexte et des rapports de voisinage.

En effet, des synergies s'opèrent parfois entre les deux structures. Suite à une hospitalisation, le vétérinaire peut amener un chien au salon de toilettage afin de lui restituer une apparence plus agréable pour le propriétaire. De son côté, la toiletteuse fait parfois appel au vétérinaire lorsqu'un coup de ciseau a occasionné une plaie (2).

h3. Presse professionnelle

Pour les toiletteurs, une publication « La revue du toiletteur et du chien de compagnie » est éditée sous l'égide du SNPC.

Pour exercer correctement cette activité, un apprentissage méthodique et rigoureux est nécessaire.

I. Formation

1. Nécessité d'une formation

Même si la routine semble importante, les règles de la concurrence et la professionnalisation de l'offre de toilettage font que l'on ne peut plus aujourd'hui s'improviser toiletteur et qu'il faut apprendre ce métier. En effet, si quelques jours sont suffisants pour savoir aborder un chien, trois mois sont nécessaires pour acquérir les connaissances fondamentales, entamer les gestes de base et commencer à se débrouiller alors que huit mois permettent de maîtriser l'essentiel des connaissances théoriques et d'accéder à une pratique manuelle professionnelle ; plusieurs années de pratique sont indispensables, par contre, pour toiletter un chien sans perte de temps.

Enfin, les connaissances à acquérir étant nombreuses et variées, elles ne peuvent pas s'inventer. Ce métier demande une connaissance cynophile des différentes races canines, de leur morphologie, de leur standard, des différentes toilettes associées à ces standards ou à la mode (coupe, épilation). Un minimum de connaissances sur la biologie de la peau et des poils, sur leurs textures est nécessaire afin, par exemple, de

mieux appréhender le démêlage. Des notions de chimie permettent de comprendre la composition de base des produits utilisés, leur mode d'action et leurs effets indésirables comme les réactions allergiques (16).

Une bonne formation en ergonomie est indispensable puisqu'un geste mal appris est très difficile à corriger et peut compromettre une future réussite professionnelle.

C'est pourquoi nous regrettons qu'aucun diplôme spécifique ne soit obligatoire pour exercer cette profession, ce que, pourtant, réclame depuis longtemps les professionnels (18).

Néanmoins, il existe une formation qualifiante homologuée: le brevet de compagnon toiletteur d'animaux domestiques option canine (18-22).

2. Brevet de compagnon toiletteur d'animaux domestiques option canine

a. Caractéristiques générales

C'est le seul diplôme homologué par l'Etat (arrêté ministériel du 28 juillet 1988) et reconnu par la profession. C'est un diplôme de niveau V, type CAP. La formation se fait par alternance, soit en contrat de qualification, soit en contrat d'apprentissage. 98 % de cette formation s'effectue sous cette dernière forme (1-35).

Rappelons que le contrat de qualification est un contrat de travail à durée déterminée, en général de deux ans. Le salarié perçoit une rémunération qui est un pourcentage du SMIC. Ce pourcentage augmente avec l'ancienneté et l'âge du salarié. Le coût de la formation est pris en charge par l'entreprise.

b. Conditions d'admission (1-16-18).

Les conditions d'admission sont les suivantes :

- il faut être âgé de 16 ans minimum à 25 ans maximum.

Pour les plus de 26 ans, deux types de formation existent : soit par correspondance, ou soit dans une école. Certains centres, possédant l'accessibilité à ce diplôme depuis le mois de janvier 1994, proposent cette formation aux adultes contre une rétribution payante. Un cycle de formation de sept mois peut être suivi au CFA de l'artisanat de Mulhouse par la voie de l'apprentissage ;

- un niveau scolaire de fin de classe de Troisième est le minimum exigé pour préparer ce brevet ;
- l'élève doit obligatoirement trouver un employeur maître d'apprentissage agréé par la Chambre des métiers de son département et susceptible de signer un tel contrat. Cette contrainte est la principale difficulté d'accès à cette formation. L'élève peut faciliter sa recherche en contactant le SNPCC ou la Chambre des métiers de la région ;
- le recrutement dans les CFA étant interrégional, des tests d'entrée en apprentissage sont, parfois, organisés. Ces tests ne sont pas sélectifs, mais servent à informer le patron du niveau de l'apprenti.

c. Durée de la formation

La durée de la formation est de deux ans (1-35).

d. Déroulement de la formation (1)

Dans les deux cas (contrat de qualification et contrat d'apprentissage), cette formation en alternance s'effectue pendant les $\frac{3}{4}$ du temps de formation auprès du patron toiletteur et durant le $\frac{1}{4}$ du temps restant au CFA : les étudiants alternent trois semaines au sein du salon de toilettage et une semaine au centre de formation.

Le CFA s'occupe normalement de l'hébergement des apprentis pendant leur séjour de formation au centre.

e. Contenu de la formation

Toilettage, cynophilie, biologie animale, dessin et techniques de vente sont les matières enseignées (1).

f. Délivrance du diplôme

Cette formation est sanctionnée par un certificat de compétence à l'issue de la formation et d'un diplôme : le brevet de toiletteur canin.

g. Rémunération

Le brevet de toiletteur canin peut être préparé en CFI. Les stagiaires sont rémunérés par les Assedic ou le Fongecif, dans la cadre de l'AFR (Allocation Formation Reclassement) ou dans le cadre d'actions d'insertion et de formation (1).

h. Les centres proposant cette formation

8 centres de formation professionnelle sont officiellement reconnus par le Ministère des PME, du Commerce et de l'Artisanat et le Ministère de l'Agriculture (arrêté du 1^{er} février 1995) pour dispenser la formation à ce diplôme. Leur répartition géographique permet de quadriller les différentes régions françaises. Ce sont des centres publics et privés de formation d'apprentis (CFA) ou des maisons familiales rurales (MFR) (18) :

- le Centre de Formation d'Apprentis de l'Artisanat (CFAA) à Mulhouse (Haut-Rhin)

Notons que ce centre peut fournir des renseignements sur les autres centres existant en France.

- l'Association des Centres de Préformation Méditerranéens (ACPM) à Ollioules (Var),
- le Centre de Formation Apprentis des Métiers d'Art Coiffure et Mode – École Romain Rolland à La Ciotat (Bouches-du-Rhône),
- l'Ecole Supérieure de la Chambre des Métiers d'Arras (Nord),
- le Centre de formation des apprentis de l'artisanat - Université communale de Levallois-Perret (CFAA-UCLP) à Levallois-Perret (Hauts-de-Seine),
- le CFA - Cité de la formation professionnelle (CFP) de Marmande (Lot-et-Garonne),
- l'Etablissement Public Local d'Enseignement Agricole des Combrailles (EPLEA) - Centre National de Formation d'Apprentis à Saint Gervais d'Auvergne (Puy-de-Dôme),
- la MFR de Mortagne au Perche (Orne).

Cependant, même s'il existe ce diplôme délivré à l'issue de cours homologués, la formation de toiletteur reste toujours à l'heure actuelle la bouteille à l'encre. Elle est caractérisée par un enseignement sauvage comprenant de nombreuses formations durant trois à quatre mois. Le savoir est, parfois, dispensé par un maître au sein d'un salon de toilettage, par des cours intensifs en instituts spécialisés ou bien par des cours par correspondance (27).

3. Apprentissage au sein d'un salon de toilettage

Des toiletteuses prennent des apprenties qu'elles se proposent de former dans le cadre de leur salon.

Cette formation sur le tas a été longtemps la seule disponible. Cependant, à l'heure actuelle, les organisations professionnelles mettent en garde contre ce qu'elles considèrent comme une concurrence déloyale par rapport aux autres salons, voire comme un travail clandestin. De plus, bien souvent, cette formation présente de nombreux inconvénients pour les apprenties :

- cet apprentissage n'est formateur que s'il est effectué par une professionnelle sérieuse. Or, la toiletteuse, ou les salariées de l'entreprise censées assurer la formation, n'ont souvent ni le temps, ni les compétences pédagogiques et parfois même pas les compétences techniques pour assurer cette tâche ;
- pas ou peu de formation théorique sérieuse n'y est incluse ;
- les modèles étant les chiens de la clientèle, la toiletteuse laisse rarement réaliser les opérations difficiles et la finition à l'apprentie ;
- souvent, l'apprentie est employée comme une main-d'œuvre à bon marché, à laquelle la toiletteuse confie les démêlages, les bains et les séchages.

4. Stages de formation au toilettage

Certaines toiletteuses, voire même des éleveurs, proposent après avoir créé leur propre centre de formation, des stages principalement pour adultes (1). Certaines formations privées peuvent déboucher sur une installation en franchise, comme avec la société S.A.Girault.

La durée et les prix de ces formations sont très variables : généralement, entre 1 525 et 3 050 euros pour quelques mois de formation (1). Dans de nombreux cas, ce coût est pris en charge par certains organismes.

Cependant, le pire y côtoie souvent le meilleur ; il existe ainsi de nombreux petits centres privés, souvent onéreux, sans garantie d'emploi et manquant de sérieux. Dès lors, nous recommandons aux futurs stagiaires, avant toute inscription, de se renseigner sur la valeur de ces formations (modalités d'enseignement, devenir des anciens élèves...) (1-16), de comparer le prix des stages, de contacter l'A.T.P. ou le Prodaf, de se rendre sur place pour visualiser les installations afin d'affiner leur jugement (27). Il y a peu de temps, certaines formations, facturées entre 1 830 à 2 290 euros, consistaient uniquement à délivrer des documents associés à un stage où l'élève se contentait de regarder un professionnel toiletter. Un centre sérieux doit proposer des cours théoriques, des cours pratiques, et donner l'occasion aux stagiaires de s'exercer sur des « modèles » qui sont soit des chiens d'éleveurs, soit des chiens appartenant à un public dûment informé du toilettage en vue d'une formation. Dans ce cas, le tarif facturé au client est le prix de revient de l'action

toiletage, c'est-à-dire en général la moitié du prix du marché. Dès lors, ce manque de sérieux entraîne de nombreux professionnels à dénigrer ces écoles privées.

Excepté les organismes agréés par les ministères pour tout ou partie des formations dispensées, les écoles délivrent des certificats « maison », c'est-à-dire des titres sanctionnant une formation spécifique. La reconnaissance d'un tel titre est uniquement liée à la réputation de l'école qui le délivre. Cependant, ces titres ne sont pas équivalents à des diplômes et ne sont donc pas reconnus au niveau européen ou par d'autres branches professionnelles (35).

Comme les employeurs préfèrent une personne qualifiée à une diplômée, cet enseignement sauvage, point faible de la profession, est loin de décliner (35).

Concluons ce paragraphe sur deux interrogations :

- en premier lieu, nous nous interrogeons sur l'intérêt d'un tel foisonnement d'établissements formateurs, d'autant que les jeunes en formation sont trop nombreux par rapport aux possibilités du marché (16) ;
- deuxièmement, comment se fait-il que les financements (formation continue, Assedic...) et les budgets attribués aux personnes en situation de reconversion professionnelle ne puissent pas couvrir les huit mois nécessaires à la formation d'une personne sans acquis préalable et désireuse de créer son propre salon de toiletage (18) ?

5. Enseignement à distance (1-18)

Les enseignements à distance par correspondance sont insuffisants en matière de toiletage s'ils ne sont pas complétés par des séances pratiques sur le terrain. En effet, un manque de pratique est préjudiciable dans l'exercice d'une telle activité.

Outre cette limite inhérente à la formation à distance, il est souhaitable, au même titre que les écoles privées, d'examiner le contenu et le prix des cours, souvent audiovisuels.

Educatel propose une formation accessible avec un niveau de fin de classe de Troisième. Cette formation a pour objectif de faire connaître les aspects extérieurs de l'animal, sa morphologie, les conditions réglementaires de sa vente, les instruments de soins et de toiletage, leur utilisation en fonction des races et les contre-indications liées aux maladies de la peau. En outre, cet organisme aide les élèves à trouver un stage en soutenant leur candidature.

6. Autres formations (1-18)

Le centre d'information et de documentation de la jeunesse (CIDJ) conseille de ne pas se limiter uniquement à la formation de toiletteur mais de suivre une double formation toiletage et vente afin d'exercer avec plus d'efficacité son futur métier. Dans ce cadre, la formation spécifique au toiletage est, souvent, comprise comme une formation complémentaire à une formation plus générale de vente animalière.

Ces formations, comprenant un diplôme interne de toiletteur, peuvent déboucher sur un CAP vente animalière avec option toiletage, un BEP vente action marchande avec option toiletage ou un Baccalauréat professionnel en commerce.

La formation se fait en alternance soit en contrat d'apprentissage pendant une durée de un à trois ans, soit en contrat de qualification pendant six mois à deux ans.

Parfois les élèves sont rémunérés durant la formation pratique.

De nombreuses écoles, tel le CFA de Bel Air, et Audreco-Formation proposent ce type de formation. Ce dernier centre organise des stages de formation au toilettage pour adultes avec préparation aux CAP, BEP, Bac Pro et BTS vente option toilettage. La formation consiste à recevoir les clients et à travailler sur un chien modèle.

Audreco-Formation propose, aussi, un certificat de zoo cosmétologie toilettage (le stage dure six mois et coûte 4 580 euros), un certificat d'entrepreneur en zoo cosmétologie (le stage dure huit mois et coûte 5 640 euros), une initiation au toilettage (le stage dure trois mois et coûte 7 320 euros) ainsi qu'un stage d'initiation à la gestuelle du toilettage des chiens et des chats (IGTCC). Ce dernier se présente sous forme d'une formation accélérée intensive de 21 jours ouvrables avec 15 à 20 stagiaires. La journée type comprend six heures d'exercices gestuels pratiques, une heure de cours théorique et une heure de travail pratique. Notons que ce stage est la seule formation de ce centre à ne pas être en système « entrée-sortie » permanent ; les sessions ont des dates impératives et ne se déroulent qu'à l'antenne Audreco-Formation de Paris.

Les stagiaires peuvent être rémunérés par les Assedic ou le Fongecif, dans le cadre de l'AFR (Allocation Formation Reclassement) ou dans le cadre des actions d'insertion et de formation.

7. Formation permanente

Confidentiel il y a vingt ans, le toilettage tant au point de vue technique que du matériel évolue constamment. Les innovations émanent essentiellement des USA. Dès lors, les toiletteurs doivent savoir se remettre en question et profiter d'une formation permanente tout au long de leur vie professionnelle. Ainsi, l'association pour le perfectionnement et la promotion du toilettage canin (APPTC) a-t-elle passé des accords de partenariat avec des écoles afin d'organiser des « modules de perfectionnement » réservés uniquement aux artisans toiletteurs inscrits au registre des métiers avec un code APE 930N. Ces écoles, souhaitant rester à l'écoute des toiletteurs, ambitionnent de les assister dans leur désir de perfectionnement (3).

Or, même si beaucoup de toiletteurs ignorent leurs droits vis-à-vis de la formation continue, chaque professionnel y accède en assistant à des stages de perfectionnement. Les fonds d'assurance formation départementaux et/ou nationaux les prennent souvent financièrement en charge.

Ayant pour objet le toilettage sur une race canine, ces stages permettent aux participants d'être acteur et non spectateur. Si un ou deux formateurs, ainsi qu'un chien type, sont mis à la disposition des stagiaires, ceux-ci doivent emmener leur matériel. Pour obtenir une bonne qualité de stage, le nombre de places est volontairement limité. Ces stages sont organisés sur deux jours consécutifs, généralement un dimanche et un lundi. Chaque journée est composée d'une heure de théorie et de sept heures de pratique. Une série de cinq stages traitant de thèmes différents sont organisés par semestre (3). Les thèmes traités en 1998 étaient :

- Objectif qualité 1

Standard et épilation des Fox, Westies ou Scottishs terrier

Le Caniche

- Objectif qualité 2
Standard et épilation des Schnauzers, Dandies et Cairns terriers
- Objectif qualité 3
1^{er} jour : Gestion rationnelle d'un salon de toilettage
Standard et toilettage d'un Cocker anglais
2^{ème} jour : Accueil et vente en magasin
Standard et toilettage d'un Cocker américain
- Objectif qualité 4
1^{er} jour : Les vers digestifs
Standard et toilettage d'un Bichon frisé ou d'un Shih-tzu ou d'un Lhasa-apso –
2^{ème} jour : Nutrition canine par un vétérinaire
Standard et toilettage new look d'un Yorkshire terrier
- Objectif qualité 5
1^{er} jour : Cosmétologie canine par un fabricant de shampoings.
Coupes commerciales des Caniches
2^{ème} jour : Entretien du matériel de toilettage
Démonstration de toilettage en coupe exposition de Caniches

Notons que l'APPTC peut organiser des modules, autres que ceux proposés, à la demande des toiletteurs, à condition de réunir un nombre suffisant de stagiaires.

Les modules sont pris en charge financièrement dans le cadre de la formation continue. Le participant règle seulement les frais d'inscription, et l'association s'occupe des démarches pour la prise en charge financière du stage auprès des FAF. Le déplacement du stagiaire est remboursé sur la base du tarif SNCF deuxième classe, ainsi que trois repas à 8,5 euros et une nuitée à 16 euros.

De même, la CFP de Marmande organise un stage de perfectionnement sous forme d'une remise à niveau uniquement réservé aux artisans. Cette formation, assurée en collaboration avec le SNPCC, enseigne le toilettage d'exposition, l'épilation spécialisée à une race ou à toutes les races. Certains frais sont pris en charge, mais il est préférable de s'adresser préalablement à la CFP (1).

Parfois le congrès américain de toilettage Intergroom organise un séminaire d'enseignement et d'apprentissage pour les toiletteurs dans une grande ville européenne. Des toiletteurs américains et européens renommés offrent, alors, des démonstrations illustrant sur différentes races canines les dernières techniques de coiffure et de tonte.

Certains toiletteurs améliorent leurs connaissances sur le tas, en parcourant les expositions canines ou les compétitions de toilettage. Catalogue à la main pour repérer les chiens, ils cherchent à comprendre les jugements et à s'imprégner des standards, car, comme nous l'avons étudié dans le paragraphe relatif à l'activité, le toilettage demande une parfaite connaissance cynophile (morphologie, défauts, effets de mode, exigences du Club de race...). Cette fréquentation leur permet aussi de connaître les diverses évolutions. Ainsi, lors d'expositions canines, il n'est pas rare de croiser des toiletteuses photographiant les chiens, prenant des notes ou interrogeant les éleveurs, car certaines races nécessitent un toilettage si particulier qu'il est préférable de demander conseil aux spécialistes.

En conclusion, si malgré les investissements en fonds de commerce, en matériel et en équipements, aucun diplôme n'est exigé pour toiletter, il est conseillé d'acquérir préalablement, tout comme l'activité d'éleveur canin, les indispensables connaissances en gestion et en administration (16–18). C'est pourquoi, les professionnels souhaitent la création d'une filière officielle de formation comme il en existe dans d'autres pays (ex.: les Pays-Bas), afin de moraliser et structurer la profession. Acquérir un diplôme reconnu par l'Etat serait, alors, obligatoire avant de créer son salon de toilettage. Notons que la loi du 6 janvier 1999 oblige les toiletteurs à posséder un Certificat de capacité professionnelle. Cependant, ce certificat n'est ni un diplôme, ni un titre, mais plutôt une autorisation à exercer. Les toiletteurs justifiant d'une expérience de plus de cinq années peuvent prétendre de fait à ce Certificat de compétence. Les autres doivent passer des modules de capacité professionnelle qui sont mis en place par la Direction Générale de l'Enseignement et de la Recherche (DGER) (2). Rappelons que cette attestation est délivrée à un individu et non à un établissement (23). L'article L.914-6 (IV, 3^{ème}) du Code Rural et plus précisément le décret 2000-1039 du 23 octobre 2000 présentent ce certificat de capacité (36).

Signe des temps et de l'amélioration de certaines formations, 15 chiens spaniels ont été toilettés, au dernier Championnat de France de toilettage et d'esthétique, alors que cette catégorie est plutôt boudée en raison de la complexité des toilettes (41). Les perspectives pour cette activité sont, d'ailleurs, favorables.

J. Débouchés et perspectives

1. Débouchés

Les débouchés consistent à travailler dans un salon de toilettage, en tant que salarié ou en tant qu'artisan. A l'heure actuelle, on dénombre en moyenne 1,6 salariés par salon de toilettage.

Toutefois, il est préférable d'envisager de se mettre à son propre compte en créant son propre salon.

2. Perspectives de qualité (41)

Le Syndicat national des professionnels du chien et du chat, entend mettre en place en 2004 une Charte du toiletteur en définissant ses conditions de détention. Le toiletteur détenteur de cette Charte s'engage à une démarche de qualité et à un certain esprit d'accueil.

La mise en place progressive et réfléchie de ce label découlant des grilles de compétence en vigueur depuis de nombreuses années va véritablement se développer en 2004 grâce au site Internet www.snpcc.fr. Ces grilles de compétence sont la confirmation sur papier qu'un toiletteur a effectué telle toilette correspondant aux catégories du SNPCC. Ces catégories sont décrites dans le paragraphe consacré au Championnat de France de toilettage. Les personnes en formation ou ayant terminé leur formation de toilettage dans l'année civile font face à une grille de qualification « Futur pro ».

Lors de la réalisation de cette toilette, le cynophile doit obtenir une note de 60 minimum sur 100. Le toiletteur obtient le label après accord du SNPCC, suite à sa demande de labellisation.

Les logos, une paire de ciseaux dont le modèle est déposé à l'INPI, sont matérialisés sur une plaquette en PVC, à l'effigie du SNPCC. Les toiletteurs seront labellisés 1, 2, 3 ou 4 paires de ciseaux :

- une paire= toilette commerciale du caniche,
- deux paires= toilette autre poil,
- trois paires= épilation sur poil dur,
- quatre paires= toilette spaniel.

Chaque demande de labellisation supplémentaire n'est obtenue que lorsque l'on possède le précédent.

Les juges délégués au passage des grilles de compétence sont agréés par le SNPCC. Outre d'être compétent, le SNPCC leur demande une formation continue permanente, un esprit ouvert, un relationnel évident et la volonté de défendre le métier contre toutes les éventuelles récupérations. Le minimum de qualification requis étant la possession de quatre grilles.

S'inscrivant dans une démarche de qualité, de nouvelles perspectives de marché vont alors s'ouvrir.

3. Perspectives du marché

Malgré le discours pessimiste de nombreux toiletteurs et l'existence de certaines situations individuelles difficiles, le marché du toilettage est en progression constante depuis plus de quinze ans. Plusieurs facteurs indiquent une situation favorable en pleine expansion :

- ce métier de service s'impose de plus en plus et le succès des toiletteuses va de pair avec le marché des chiens de race. Une forte potentialité de développement de cette activité existe vis-à-vis de la population globale canine. En effet, comme nous l'avons constaté dans le paragraphe relatif aux races toilettées, la fréquentation des salons de toilettage pour l'ensemble des chiens est faible : 45 % des propriétaires toilettent eux-mêmes leur compagnon et 25 % ne les toilettent jamais (2). Une autre étude montre une fréquentation encore plus faible. D'après celle-ci, seuls 18 % des chiens sont toilettés chez des professionnelles (17) ;
- des possibilités de développement existent pour de nombreux salons où des places disponibles, souvent stables, peuvent être créées. A l'heure actuelle, les personnes motivées, débrouillardes, ayant une bonne pratique et relativement mobiles géographiquement, trouvent toujours un emploi. D'ailleurs, il est plus facile de trouver un emploi salarié dans un salon de toilettage (notamment par le fort développement des salons intégrés) que dans un élevage (16).
- le territoire français est loin d'être saturé en salons de toilettage. Entre 3 500 à 4 000 implantations sont à l'heure actuelle recensées. Cela représente 17 143 habitants par salon alors que cette représentation est de 6 650 habitants par salons aux USA. Remarquons aussi que le nombre de salons de toilettage est identique à Paris comme à Bruxelles alors que le rapport des populations est de un à dix et que les salons bruxellois sont tout aussi compétents que ceux de Paris. Etant d'abord un service de

proximité, les clients ne sont pas toujours disposés à parcourir de nombreux kilomètres pour faire toiletter leur chien. Dès lors, les possibilités de création de salons de toilettage sont encore nombreuses en zone rurale. Tout toiletteur s'installant dans une ville de 15 000 à 20 000 habitants peut ainsi espérer développer une clientèle suffisante.

Ces perspectives favorables font certains émules. L'ouverture d'un salon de toilettage est, alors, une des diversifications des vétérinaires praticiens. Ouvert à proximité de la clinique ou du cabinet, le salon de toilettage leur procure un revenu supplémentaire ou un prolongement de leur activité. Cependant, la création d'un tel salon par un praticien vétérinaire est soumise à des contraintes déontologiques (2).

Le métier de toiletteuse continue d'évoluer au fil des ans en fonction de la demande des deux tendances, parfois antagonistes, que sont l'esthétisme et la mode (voir paragraphe consacré à l'activité). Par exemple la toilette « puppy » est particulièrement prisée par les amateurs de Caniches d'exposition. Cette toilette, provenant de Scandinavie, est faite aux ciseaux comme la toilette « en lion » et la toilette « à l'anglaise ». Son exécution nécessite plusieurs heures. De même, les propriétaires de Yorkshire terrier demandent de plus en plus à tailler les poils de leur compagnon au carré. Même si cette toilette en vogue convient assez bien aux sujets médiocres par rapport au standard de la race qui possède un poil laineux, elle est néanmoins une hérésie cynophile, car à quoi sert de posséder un chien susceptible de porter une splendide et longue fourrure de soie, si on la coupe « en brosse » ? Le toiletteur ne peut donc pas se satisfaire d'appliquer toujours les mêmes techniques apprises une fois pour toutes. De même, la cosmétique canine (shampooings, démêlants...) a fait ces dernières années d'énormes progrès et ces améliorations risquent de se poursuivre car les connaissances sur le poil et les soins apportés sont loin d'avoir été entièrement explorés.

Devant se conformer à la demande du public, le toiletteur offrira de nouvelles prestations en matière de toilettage. Toutes les projections montrent que la demande en matière de toilettage aura les caractéristiques suivantes :

- elle sera plus importante, plus diversifiée et plus individualisée. Il n'est d'ailleurs pas illusoire de croire à une spécialisation future des toiletteurs vis-à-vis de l'épilation des Terriers ou du toilettage des Cockers voire des chiens à poils longs ;
- l'exigence du public, comme sa connaissance en zoo cosmétologie, iront grandissantes ;
- le temps consacré à la prestation toilettage ainsi que son prix devront se réduire.

Dès lors, les toiletteurs devront-ils travailler plus vite, de manière plus diversifiée et moins chère, d'autant plus s'ils veulent faire face à un nouveau concept provenant d'Outre-atlantique : le toilettage self-service.

K. Cas particulier du toilettage self-service

Inspirés d'une expérience américaine, des salons de toilettage en libre service commencent à se développer. Ces locaux, où parfois exerce une toiletteuse, permettent aux propriétaires de laver et sécher eux-mêmes leur chien dans des conditions faciles, pratiques et économiques. Ce type de toilettage apporte de nombreux avantages aux différents propriétaires.

Le propriétaire y dispose d'un matériel adéquat :

- les baignoires, les plans de lavage et de séchage sont conçus à bonne hauteur pour éviter de courber le dos ;
- le module de lavage comprend aussi une douchette américaine, de l'eau à température constante et un système d'éjection de shampooing ;
- le module de séchage comprend une table chauffante ou des sècheurs performants qui évitent les séchages interminables.

De plus, ce service évite les désagréments du toilettage à domicile : moquettes trempées, baignoires bouchées par les poils, persistance des mauvaises odeurs... Ce concept amuse, aussi, les enfants.

Dans ce cadre, un toiletteur a créé la franchise Lav'Dog à Lyon, en 1994. Outre Lyon, des locaux se sont ouverts dans le Sud de Paris (rue de Briancion), à Saint-Maur (Val-de-Marne) puis à Reims et à Grenoble. De prochaines inaugurations devraient voir le jour, notamment à Annemasse (Haute-Savoie). Le concept Caniwash fonctionne sur le même principe. De même, en 1998, Cora, en créant la chaîne d'animalerie Animalis, a installé dans chaque magasin non seulement un salon de toilettage mais encore une installation de toilettage libre service à la disposition de sa clientèle.

Généralement chaque installation propose quatre tarifs. Ils sont fonction du poids de l'animal et de sa longueur de poil. Ceux-ci oscillent de 10 à 21,5 euros.

En conclusion, beaucoup de jeunes et d'adultes sont attirés par le métier de toiletteur. Les uns parce qu'ils aiment les chiens, et tout simplement voudraient vivre de leur passion, les autres par opportunisme ou pour diversifier leurs activités s'ils sont déjà dans la filière canine.

Cependant, beaucoup se font une fausse image du toilettage qui selon l'ANPE draine beaucoup d'illusions et de désillusions. Même si la situation actuelle est complexe, un cynophile ne peut réussir aujourd'hui dans cette activité très concurrentielle (d'autant plus que les exigences de la clientèle s'accroissent) sans une bonne formation de base, et sans rester à l'affût de l'évolution du métier, des goûts des propriétaires et des spécialistes.

Une autre activité met en valeur le chien non pas à partir de son esthétique propre, mais par ajout de structures extra-corporelles. Nous nommerons cette profession styliste canin, par comparaison avec son homologue humain.

II. Styliste canin

Notons que cette activité qui peut nous sembler récente existe depuis le XVIII^e siècle où de très jolis manteaux et accessoires ont été créés pour les chiens. Une telle profession peut paraître saugrenue à certains ; nous nous proposons d'en étudier la nécessité.

A. Nécessité et apparition de cette activité

Un chien, qui vit à campagne, est habitué à gambader dehors dès son plus jeune âge, et n'a donc pas besoin de manteau. Par contre, un chien qui est habitué à vivre dans un appartement souvent surchauffé se fragilise, devient sensible et est moins protégé vis-à-vis de l'extérieur. De plus, les Yorkshire terriers et les autres chiens de petite taille sont davantage en contact avec le froid, l'humidité et le vent et risquent d'avantage une affection. Cette activité s'adresse, donc, plus au chien qui vit en ville.

Pour protéger ces petits chiens de la pluie et du froid, des propriétaires les habillent de façon confortable. Or, les vêtements disponibles sur le marché sont parfois laids et pas du tout à la mode ; les chiens y sont souvent mal à l'aise ce qui altère leur démarche. Ainsi des professionnels ont-ils créé des vêtements adaptés au physique de chaque chien tout en recherchant une réelle utilité pour ceux-ci. Examinons ce type de création.

B. L'activité

Profitant de l'engouement de nos contemporains pour le chien, ces stylistes canins développent leur activité en créant des collections de vêtements et d'accessoires pour les chiens, au même titre que les collections créées pour les êtres humains. Ce choix dans les accessoires et la gamme de prix sont beaucoup plus grands pour les chiens que pour n'importe quelle autre catégorie animale car parcourant les trottoirs, les maîtres aiment montrer leur chien, et apprécient le regard des passants.

Si la plupart des stylistes canins créent des vêtements et des accessoires mettant en valeur les sujets canins, certains peuvent se spécialiser dans la création d'un accessoire particulier. Ainsi, un joaillier de la place Vendôme crée-t-il des bijoux en métal précieux pour chiens. Ce professionnel a constitué un pendentif « Dog Tag » composé d'un anneau à picot au centre duquel s'inscrit un motif dissociable, à partager avec la maîtresse et à choisir entre six modèles différents. Ce bijou pour chien est en vente dans les grands magasins, chez certains distributeurs comme Marionnaud et chez les bijoutiers.

C. Valorisation de l'activité

Afin de valoriser son activité, la styliste en vogue dans le monde canin, M. POIRIER, a organisé, lors du mois de février 2001, le premier défilé de mode canin, à Paris.

Les chiens n'échappent pas non plus au monde des cosmétiques. Certains stylistes, ne comprenant pas que les animaux aient leur propre odeur et qu'un chien dégage une odeur nauséabonde en cas de pathologie dermatologique, créent des parfums canins vendus parfois non pas en animalerie mais dans de grandes enseignes de parfumerie. Certains concepteurs de ces produits veulent offrir aux chiens, par le biais d'eau de toilette haut de gamme « *un bien être jamais atteint* » !

D. Qualités

Il faut du goût car, à partir du moment où l'on habille un chien, autant créer de beaux vêtements adaptés à la morphologie canine.

Il faut aussi posséder de la fantaisie. En effet, un chien propre, toiletté, avec une jolie laisse et un petit manteau drôle apparaît plus sympathique qu'un chien avec des bourres dans le pelage et une laisse effilochée. Précisons que le but du styliste canin n'est pas de ridiculiser le chien mais, au contraire, de faire qu'il se sente bien.

E. Clientèle

La clientèle du styliste est très variée car les gens se font plaisir en achetant un vêtement pour leur chien. Cependant, dans l'ensemble, cette clientèle possède un haut niveau de vie. A côté de cette clientèle aisée, il y a des artistes qui sont fiers d'acheter des articles introuvables ailleurs, et le simple particulier qui n'hésite pas à se priver pour que son chien soit le plus beau du quartier.

Pour ces propriétaires, la priorité ne réside pas dans le prix mais dans l'aspect de leur chien. Si certaines personnes se déculpabilisent de leurs responsabilités non assumées (ils laissent leur animal seul toute la journée ou ne s'en occupent pas assez personnellement) en dépensant beaucoup pour leur compagnon, d'autres souhaitent que leur animal soit à leur image et porte, comme eux, des vêtements luxueux.

F. Evolution

Même si les propriétaires de chien sont prêts à tout pour assurer confort et bien-être à leur compagnon et que rien n'est trop beau pour eux, nous nous demandons si cette activité canine est vraiment utile.

Compte tenu des prix et conscient de la liberté de chacun dans le choix de ses dépenses ou dans la quantité de cadeaux achetés, nous nous interrogeons pour savoir si déboursier de telles sommes est raisonnable et si ces achats rendent leur compagnon plus heureux. Nous ne sommes pas certains que ces animaux aient besoin de tous ces accessoires et de tant de luxe (collier en diamants, prêt-à-porter et autres parfums) pour vivre heureux. Ces achats ne dispensent, d'ailleurs, en aucun cas, les propriétaires de l'affection, de l'attention et des soins nécessaires à leurs chiens.

Même s'ils essayent d'améliorer l'esthétique des chiens, ces stylistes canins doivent être conscients que seule la prise en compte de ses vrais besoins reste le fondamental pour l'animal. Ces exigences sont d'avoir une gamelle pleine et de l'eau fraîche, de se faire prodiguer des soins adaptés et de disposer d'une personne apte à s'occuper de lui ; un chien préfère, toujours, une promenade en compagnie de son maître plutôt que de porter un collier, aussi luxueux soit-il. De plus nous pensons que ces professionnels canins ne respectent pas le chien quand ils incitent les propriétaires à infliger à leur compagnon des accessoires inutiles comme des lunettes ou des robes.

Une nouvelle profession travaille, elle aussi, sur l'esthétisme du chien. Mais à la différence des stylistes canins, ces cynophiles mettent en valeur la beauté naturelle du chien : ce sont les handlers.

III. Handler

Si handler est un terme cynophile anglo-saxon signifiant « présentateur », commençons dans un premier temps à définir cette activité.

A. Définition (10–21)

Un handler est une personne qui présente des chiens. Ces chiens lui sont généralement confiés dans le cadre d'un concours organisé lors d'une exposition de beauté canine ou plutôt de conformité au standard.

Cette définition exclut, donc, les cynophiles conduisant des chiens de chasse confiés par leur propriétaire, dans les concours de travail dits « field-trials ». Ces cynophiles sont des dresseurs. Néanmoins, le handler est apte à présenter des chiens de chasse lors de concours de conformité au standard.

Par définition, les handlers réalisent bien une activité mettant en valeur l'esthétisme du chien. Cette profession est, historiquement, récente.

B. Historique

Cette activité est née aux USA. Dans ce pays, faire concourir des chiens en exposition est une activité très sérieuse qui se prépare minutieusement. Or, sur ce vaste territoire, les lieux de concours sont très éloignés entre eux. De nombreux propriétaires et éleveurs confient, alors, leurs meilleurs sujets à des professionnels, les handlers, qui doivent les présenter à leur meilleur niveau. Ceux-ci parcourent, ainsi, des milliers de kilomètres afin de montrer ces chiens exceptionnels dans les différents concours (21).

C. Nécessité

Les concours de conformité au standard permettent de savoir si le chien correspond en tout point à sa race en le montrant à des spécialistes que sont les juges cynophiles (55).

Certains propriétaires de chiens ne peuvent pas, ne veulent pas ou ne sont pas aptes à présenter eux-mêmes leurs animaux d'autant que, les chiens d'une même race se ressemblant souvent énormément, les petits détails font alors la différence (10–55). Seul un habitué de ces concours sait, alors, gommer les détails négatifs et valoriser les détails positifs d'un chien. A la différence du particulier, le handler professionnel peut se préparer aux expositions mais surtout y préparer le chien. En effet, si les qualités intrinsèques du chien sont primordiales, il faut les valoriser au maximum d'autant plus si cet animal appartient à une race répandue (55). D'ailleurs de nombreux particuliers confient leur compagnon au handler pour être fier de posséder un chien qui défile, mais surtout qui gagne sur les rings d'exposition. De même, des éleveurs confient leurs chiens à un handler car ils savent que ce professionnel sait tirer le meilleur parti de leurs chiens. La mise en condition, le toilettage et la façon de faire marcher les chiens sur le ring sont améliorés avec la touche de ce professionnel (10-19). Ainsi, un handler peut-il faire la différence lors de concours très courtisés, comme le Championnat de France de conformité au standard des chiens de race d'autant que les éleveurs le considèrent comme le couronnement d'une activité et la consécration d'années d'effort. Le titre de champion de France n'est d'ailleurs

homologué que si le chien remporte le CACS de ce Championnat ; nous comprenons, alors, pourquoi cette manifestation est un événement considérable pour des milliers d'éleveurs et donc pour le handler, chargé de représenter un ou plusieurs cynophiles. Cet engouement est tel que les organisateurs clôturent les inscriptions (on peut y inscrire son ou ses chiens en téléphonant à la Société Centrale Canine), généralement deux mois avant l'exposition. Ainsi, la 125^{ème} édition du Championnat de France des chiens de race, qui s'est déroulée à Strasbourg (Bas-Rhin) du 8 au 10 novembre 2003, a réuni 5 859 sujets, représentant 300 races différentes, sur une superficie de quelques 30 000 m². Les dix groupes sont présentés lors de cette compétition et nécessitent aux 120 juges, répartis sur plusieurs rings, trois jours de jugement. Pour le concours 2002 de la Mondiale canine, 14 520 chiens étaient inscrits, dont 3 270 champions provenant de 52 pays. Avec 912 chiens inscrits, la France était le cinquième pays le plus représenté, derrière les Pays-Bas, l'Allemagne, l'Italie et la Belgique. L'importance des effectifs présentés reflète bien la dimension que revêt ces épreuves pour les éleveurs et la gravité de l'événement pour tous les cynophiles. Chaque éleveur y espère une victoire, qui récompensera toute son activité de sélection. La pression est, alors, importante sur les épaules du handler, d'autant que l'éleveur ou les Associations et Clubs de race peuvent, aussi, y trouver un formidable tremplin pour la promotion de son élevage ou de la race élevée auprès d'un nombreux public ; ainsi, 20 000 visiteurs sont-ils venus admirer les chiens lors du dernier Championnat de France des chiens de race, à Strasbourg (Bas-Rhin). De plus, cet événement est relativement bien couvert par la presse et la télévision. Notons que dans ce cadre, de nombreuses animations, dont le Championnat de France d'agility, sont proposées au public.

En outre, les propriétaires n'ont pas toujours le temps de parcourir des kilomètres pour concourir aux expositions ou ne peuvent pas constamment se libérer pendant leurs week-ends (10). De plus, faire présenter ses chiens par un handler permet à l'éleveur de présenter plus de sujets en exposition (19).

Étudions en quoi consiste exactement ce métier.

D. Activité

Présenter des chiens aux concours ou handling demande du métier. C'est une véritable profession où le travail de mise en condition optimale du chien fait la différence (19–55).

Dans un premier temps, décrivons l'objectif et le déroulement d'un concours de conformité au standard d'une race canine, avant d'évoquer l'activité du handler au cours et en dehors de ces expositions.

Lors de ces concours, les juges évaluent chaque chien sur son aspect général, sa forme physique, la couleur et la qualité de sa robe, son caractère, puis ils examinent ses allures en le regardant évoluer, afin de déterminer si le chien correspond bien aux critères du standard de sa race. Chaque race est subdivisée en classes, dépendant de l'âge et du sexe. Pour chaque sexe, il existe cinq classes (11) :

- classe ouverte,
- classe travail,
- champion de beauté,
- classe jeune,
- et classe débutante.

A la fin du jugement, le chien peut être qualifié –sauf s’il a entre 6 et 12 mois– « excellent », « très bon », « bon » ou « assez bon ». A la fin de l’évaluation de chaque classe, les quatre meilleurs chiens sont primés pour les quatre premiers prix. Le premier prix n’est décerné qu’à un chien ayant obtenu au moins le qualificatif « très bon ». Les chiens qualifiés « bons » ne peuvent obtenir de récompense supérieure au deuxième prix. Les expositions canines débouchent sur l’attribution de récompenses et de titre reconnus dans le monde cynophile. Le juge peut attribuer au chien le CACS (Certificat d’aptitude de conformité au standard), le RCACS (Réserve du CACS), le CACIB (Certificat d’aptitude de conformité international de beauté), ou le RCACIB (Réserve du CACIB). Les deux derniers titres sont délivrés uniquement dans les expositions internationales agréées par la Fédération cynologique internationale, alors que le CACS et le RCACS sont délivrés par la SCC (11).

En présentant les chiens en exposition, le handler a la charge de leur faire acquérir ce type de palmarès car un palmarès est indispensable pour la réputation d’un élevage ou pour la carrière d’un chien reproducteur. Notons que l’on parle de « carrière » pour les champions canins. Le handler doit dès lors obtenir, pour les chiens qui lui sont confiés, un maximum de premiers prix en expositions (CACS ou CACIB) pour obtenir un titre de CHCS (Champion de France de conformité au standard) ou de CHIB (Champion international de beauté), et leur faire gravir les différents échelons des concours (meilleur de race, meilleur de club, meilleur de groupe, meilleur d’exposition) (10–21–55).

La responsabilité du handler est donc importante d’autant qu’on ne lui propose pas toujours des chiens de races rares pour lesquels il est plus aisé d’acquérir un palmarès en raison d’une faible concurrence, car il n’y a pour ces races qu’un ou deux représentants en concours. On lui propose, plus souvent, des chiens de races communes ou à la mode. Outre les qualités de ces animaux, l’art de les toiletter et de les présenter feront la différence (21-55).

Ainsi, plus que tout autre, le handler met-il toutes les chances de son côté en attachant la plus grande importance aux plus petits détails de toilettage et de présentation afin de mettre en valeur les qualités du chien présenté. Dès lors, l’activité de ce professionnel ne se résume pas à une simple présentation de sujets canins, mais à une démonstration impeccable de son savoir-faire par une parfaite connaissance de son sujet, et par des gestes précis et appropriés vis-à-vis du juge (21-55).

Comme pour tout concurrent, la présentation du chien sur le ring comporte trois positions différentes et de nombreuses conditions à remplir :

- une position statique en respectant l’ordre des numéros des participants,
- une marche accélérée à la demande du juge en cercle, en triangle, en L ou sous forme d’un aller-retour, soit avec l’ensemble des concurrents, soit seul,
- enfin un examen, par le juge, du chien debout en position statique. Les chiens appartenant aux races de petits formats se font examiner sur une table. Le handler fait prendre au chien une position type en fonction de sa race : il existe des positions type présentation Berger allemand ou Boxer. Au cours de cette présentation, le juge y apprécie la denture du chien. Cet exercice est notamment très important pour les races sujettes au prognathisme.

La prestation du handler est de qualité s’il valorise le chien exposé :

- ainsi le handler adapte-t-il la présentation du chien en fonction du positionnement et des déplacements du juge. Il n’hésite pas à changer de main si la figure de présentation

le nécessite : il place toujours le chien entre lui et le juge et non l'inverse, ou, il positionne le chien à son avantage, bien droit, solide sur ses pattes, de trois-quarts face au juge de façon à visualiser l'ensemble du chien ;

- à la différence de certains concurrents où la marche en laisse ressemble plus à une course de chiens de traîneaux ou au remorquage d'un animal inerte, le handler adapte sa présentation en suivant le rythme propre de la marche de son chien et en ayant toujours le souci de son élégance ; celle du présentateur étant peu importante dans ce cas. Par exemple, on observe trop souvent une course effrénée pour les petites races qui les font se présenter au juge hors d'haleine, langue pendante et baveuse. D'une façon différente, le handler adopte une marche d'allure constante en ayant le rythme d'un léger trot ou d'une marche rapide ;
- en maintenant le chien à sa gauche, il tient la poignée de la laisse dans sa main droite et la maintient à longueur voulue de la main gauche, suffisamment longue pour que le chien ne soit pas étranglé, mais assez courte pour que l'animal se présente à ses côtés. Une traction plus ou moins importante est exercée en permanence sur la laisse afin de présenter au mieux ce sujet ;
- il maintient une certaine distance avec les autres chiens afin qu'ils ne puissent ni entrer en contact, ni s'agresser, notamment pour les sujets de races n'ayant pas un tempérament compréhensif envers leurs congénères ;
- ce professionnel de l'esthétisme canin utilise les expressions de l'animal pour valoriser sa morphologie, car, même si le chien est exceptionnel, sa classe doit faire la différence sur le ring (23). A chaque instant, le handler lui parle afin de maintenir le chien bien éveillé, attentif à son environnement avec des oreilles bien dressées pour les sujets des races concernées. Il fait ressortir la personnalité du chien, son élégance et la vivacité de son expression ; un chien à l'aise et fier a incontestablement de la prestance (55). D'ailleurs, voir évoluer un chien heureux et joyeux est un plaisir aussi bien pour les spectateurs que pour le juge (10).

Présenté en exposition, le chien doit être parfaitement toiletté pour apparaître au mieux de sa forme et en parfaite condition de fourrure et de propreté. Dans les races à poils longs ou poils durs, le chien toiletté à la perfection ressort d'ailleurs du lot même s'il n'est pas intrinsèquement supérieur à certains concurrents. Le soin particulier apporté à l'entretien de la fourrure du sujet présenté est tel que le handler n'hésite pas lors des concours à effectuer un dernier brossage, juste avant de le présenter, pour remettre sa robe en « forme » (10). Présenter un chien que l'on ne connaît pas est difficile (8). De même, obtenir du chien l'expression recherchée et décisive ne s'obtient que si la connivence entre le conducteur et le chien est parfaite (10). Ainsi, le handler ne se contente-t-il pas de présenter le chien le jour de l'exposition, mais effectue auparavant durant de longues semaines un important travail d'entraînement afin de préparer au mieux le chien (19-55). Généralement, pour connaître parfaitement les sujets qu'il présente, il les héberge et vit en permanence avec eux. Ce temps passé avec les chiens dépend de plusieurs paramètres, comme du temps de toilettage nécessaire pour le sujet et de l'objectif à atteindre. Si le propriétaire souhaite tenter le Best in show, le handler garde généralement le chien toute l'année. D'autres chiens sont gardés juste le temps de l'exposition (10-19-55).

Chez le handler, le chien endure un rude entraînement : musculation, séances de présentation, séances d'apprentissage à la marche ainsi que de nombreuses séances de toilettage. Ce conditionnement fera la différence le jour de l'exposition (10-19). C'est pourquoi il éduque parfaitement le chien exposé et l'entraîne à rester immobile en position standard statique aussi longtemps que le juge peut le demander afin d'extérioriser au mieux

ses qualités. Cet examen en position statique, où le chien doit se tenir debout, les quatre pattes bien posées sur le sol et l'encolure relevée, permet aux juges d'apprécier les caractéristiques de l'animal (11). En se faisant aider d'une tierce personne, le handler apprend au chien à se laisser examiner calmement la denture et à accepter sans broncher, si c'est un étalon, la palpation de ses testicules (10). Il est préférable de lui apprendre la position statique sur la table quand il est encore chiot afin qu'il ne soit pas apeuré lors des futurs jugements en hauteur. Il lui apprend à marcher en laisse de façon élégante, suivant les règles de l'art sans avoir peur de ses congénères, de la foule et de l'environnement propre aux expositions (10). Cependant, l'organisation d'un tel programme dépend essentiellement du chien et de sa race. Par exemple, il est hors de question de faire trotter un Chihuahua durant une heure (19).

Il prépare les expositions à l'étranger telle une véritable expédition en prévoyant le budget, les possibles retombées et la logistique (location d'un camion, choix d'un hôtel avec parking fermé). L'opération ne lui est d'ailleurs rentable que s'il emmène une quinzaine de chiens et que l'enjeu soit de taille (19). C'est une des limites à cette activité.

E. Limites

A l'heure actuelle, cette activité a du mal à prendre son essor si bien que les concours de beauté canine sont loin d'être dominés par des handlers, voire des toiletteurs professionnels. D'une part, le nombre de présentateurs professionnels en France est restreint. D'autre part, engager un chien dans les différentes expositions canines pendant une à deux saisons ne nécessite pas, de nos jours, un investissement temporel ou financier suffisamment conséquent pour engager un handler.

Souvent, on demande au handler de s'occuper de chiens moyens, pas suffisamment représentatifs de leur race pour être champion dans les expositions canines (11). Or, si le handler améliore la prestance du chien, il ne fait, néanmoins, pas de miracle (10).

De plus, la diversité des races canines est telle que les jugements ne sont pas toujours évidents et qu'il est alors difficile à ce professionnel de « sortir du lot ».

Cette activité étant peu médiatisée, un futur handler, pour se faire connaître, doit débiter en présentant régulièrement son chien lors des concours canins, puis proposer à des éleveurs de présenter leurs animaux ou suivre un handler sur plusieurs expositions afin de bénéficier de sa réputation. Cependant, les premiers bons résultats peuvent avoir un effet « boule de neige », et, entraîner certains éleveurs à confier leurs chiens au même handler pendant des années (19).

Contrairement à ce que nous sommes susceptibles d'entrevoir, ce métier est, de par la participation aux expositions, les préparations et les transports, très éprouvant (10) et nécessite, alors, certaines qualités.

F. Qualités

Si pratiquer le handling en amateur est à la portée de tous, faire bonne figure lors d'un concours ne s'improvise pas et nécessite des qualités (19).

L'amour des chiens n'est pas suffisant. Une grande motivation et du temps procurent au handler le pouvoir de les maîtriser et de s'imposer en douceur. En effet, un handler peut

obtenir une présentation parfaite avec ses propres chiens mais ne jamais ou mal établir le contact avec ceux des autres.

Il faut avoir le sens de la présentation et savoir réellement mettre en valeur un chien. La passion de gagner (s'il présente un chien en exposition c'est pour qu'il termine premier), le souci de la perfection et de l'effort apportent les petits détails et l'aplomb nécessaires pour réussir dans les concours. Lui-même est soigné et élégant. Professionnel en toute chose, son travail consciencieux donne au chien l'occasion d'offrir le meilleur de lui-même et de se montrer sous un jour agréable, lors de ces concours. En effet, présenter correctement un chien exige de la patience, notamment lors des concours où la tension est importante ; tout propre, tout beau, soigneusement brossé, finement toiletté, le chien n'est, d'ailleurs, pas toujours sage. Si l'animal se couche, le handler le relève sans brutalité, car la disqualification serait alors inévitable et l'animal aurait, dorénavant, peur du handler. Garder son calme, être sérieux, discipliné et dynamique sont, ainsi, requis. Ces qualités associées à l'amour des chiens lui permettent en outre d'acquérir la confiance des propriétaires. N'oublions pas que ceux-ci, avant de confier leurs animaux, observent le handler en exposition. Cependant, un bon handler doit s'occuper aussi bien des chiens sur le ring qu'à l'extérieur (8-10-11-19).

Les concours exigent beaucoup de concentration. Une vigilance exacerbée, notamment vis-à-vis des déplacements du juge, lui permet d'adapter sa figure de présentation à toute nouvelle situation.

Une parfaite connaissance théorique et pratique de la cynophilie comme la morphologie, le standard et le caractère de la race du chien présenté, l'interprétation du standard de la race, l'élevage, l'utilisation et les particularités de chaque race ainsi que le déroulement des concours permettent au handler de mettre le chien en valeur sur un ring d'exposition tout en minimisant ses défauts et en attirant l'attention sur ses qualités. Son savoir cynophile égalant celui des experts de race et, son expérience des concours acquise week-end après week-end lui donnent l'œil du juge. Il entretient cette expérience cynophile en s'immergeant de manière permanente dans le milieu canin. Sans cesse, il lit et pense chien. Mais il doit aussi connaître les préférences des juges. En effet, sans porter atteinte à leur intégrité, chaque juge a toujours une petite préférence vis-à-vis de telle conformité au standard (21). L'habileté du présentateur est, alors, d'exposer le chien suivant les goûts du juge présent : si les chiens un peu lourds plaisent davantage à ce juge, le handler ne présente pas de chiens légers au concours correspondant (10).

Outre la connaissance des particularités du toilettage de la race présentée, le handler doit être apte à pratiquer un toilettage parfait pour mettre le chien en valeur et lui permettre de gagner (19).

Même s'il souhaite à tout prix gagner pour maintenir sa réputation, il reste fair play et convivial (10). Si certains jugements de concours lui paraissent inexplicables, incompréhensibles voire aberrants, il demeure respectueux du juge qui est souverain dans ses choix et sait accepter le résultat sans montrer son désappointement (8).

Un bon professionnel n'hésite pas à choisir les chiens dont il s'occupera et surtout à refuser de présenter un chien s'il n'y décèle pas les potentialités requises pour gagner ou si le sujet n'est pas au mieux de sa forme. La réputation du handler est d'ailleurs remise en question à chaque fois qu'il pénètre sur un ring d'exposition. Or, cette réputation n'est soutenue qu'avec de bons chiens car « si le handler fait le chien, il n'y a pas de bon handler sans bons chiens » (10-19).

G. Organisation de l'activité

1. Emploi du temps (19)

L'emploi du temps du handler n'est pas de tout repos : le week-end est, bien évidemment, consacré à la présentation des chiens en expositions canines. Mais, entre-temps, il effectue de nombreux kilomètres en véhicule pour accéder à ces lieux et occupe toute sa semaine à préparer les chiens.

Les horaires d'activité fluctuent en fonction du nombre de pensionnaires et du type de préparation à accorder. Dès qu'il héberge plus de quatre chiens, le travail se déroule à plein temps. Il s'organise, alors, entre les papillotes du Yorkshire terrier et la balade du Labrador. Parfois, notamment avant le Championnat de France, il s'occupe simultanément de huit chiens.

Prendre des congés est difficile pour un handler, car les chiens mangent et se salissent tous les jours, les poils poussent constamment et les nœuds se font vite...

2. Lieu de travail

S'il passe la majeure partie de son temps au chenil à préparer les chiens, nous considérons, néanmoins, que son véritable lieu d'activité est le ring des concours canins.

En fonction du calendrier des expositions, il choisit de concourir aussi bien en France qu'à l'étranger (19).

Les expositions nationales d'élevage ne concernent qu'une seule race. Il existe aussi des expositions toutes races, organisées par les Sociétés canines régionales, comme le Paris Dog Show organisé par la Société canine d'Ile-de-France. Le handler doit alors se rendre chaque année à la mi-janvier au Parc floral de Paris (métro Château de Vincennes).

Cependant, de toutes les réunions se déroulant sur l'Hexagone, le Championnat de France de conformité au standard des chiens de race, organisé par la SCC, est le plus courtisé. En effet, créé en 1988, les éleveurs le considèrent à juste titre comme le couronnement d'une activité et la consécration d'années d'effort. C'est pourquoi, outre ce Championnat de France, le handler, afin d'améliorer sa réputation et son expérience, participe à certains concours de prestige tels que le Bundessieger en Allemagne, le Winner des Pays-Bas, le Championnat du Luxembourg, la Cruft en Angleterre ou la Mondiale canine qui est organisée chaque année dans un pays différent (10).

3. Salaire

Se faire rémunérer les nombreuses heures passées avec les chiens à leur juste valeur est toujours difficile. Ainsi, ce métier apporte-t-il à l'heure actuelle plus d'honneur sous forme de récompenses qu'un salaire important (21).

Cette rémunération est variable suivant la notoriété du handler, la renommée de la compétition, le travail à effectuer sur le chien et son temps de séjour. Au plus haut niveau, les retombées financières ne sont pas négligeables. Cependant, elles restent toujours inférieure à celles perçues par les handlers américains ou anglais (10-19).

Comme les frais et les distances à parcourir pour participer aux expositions sont importants, cette profession est, à l'heure actuelle en France, peu rémunératrice, à moins de disposer d'un mécène.

Ainsi, cette activité n'est réalisable que par une forte passion, palliant cette faible rémunération, à présenter des chiens (10).

4. Les chiens

Les chiens confiés aux handlers appartiennent principalement à des éleveurs (10). Généralement, ceux-ci contactent le handler et lui expliquent le résultat qu'ils souhaitent obtenir (19).

Les chiens appartiennent à toutes les races, bien que certaines races, comme le Whippet, soient plus faciles à présenter. 329 races étaient, ainsi, présentes au concours 2002 de la Mondiale canine; parmi elles, le Teckel est la race la plus représentée, avec 463 inscrits, devant le Caniche (338 inscrits) et le Dogue allemand (253 inscrits). Côté répartition des groupes, c'est le deuxième groupe, représentant les chiens de garde, de défense et d'utilité, qui comporte le plus de sujets inscrits (3 414), devant le groupe des terriers (2 028 inscrits) et celui des chiens de compagnie (2 017 inscrits). Le tableau 20 répertorie les dix races de chien les plus présentes au Championnat de France des chiens de race. Notons, aussi, que pour la Mondiale canine de 2002, autant de mâles que de femelles étaient inscrits.

Il est conseillé de ne pas concourir avec un chien qui n'a jamais été présenté ou un tout jeune animal qui risque de chercher à sortir au plus vite du ring. D'autre part, le chien présenté doit être endurant soit par nature, soit par la préparation du handler (8).

Or, préparer les chiens et se préparer aux expositions s'apprend (55).

H. Formation

Actuellement, cette formation s'effectue sur le tas bien que certains établissements commencent à initier cette activité (19) :

- Audreco-Formation propose une formation de handler durant un mois ;
- La Maison Familiale Rurale de Mortagne au Perche offre dans le cadre de sa formation à l'élevage canin une initiation au handling.

Vu que ce métier requiert de très bonnes connaissances cynophiles et une pratique quasi parfaite du toilettage, suivre initialement une formation d'éleveur ou de toiletteur constitue un atout. D'ailleurs, les handlers sont souvent des éleveurs renommés, passionnés par les concours, et possédant un bagage technique important dans le domaine du toilettage. Ce peut-être parfois des toiletteurs désirant décrocher de l'activité des salons sans arrêter le toilettage (19).

Afin d'acquérir une expérience cynophile, le futur handler fréquente les différents milieux canins pendant de nombreuses années aussi bien en France qu'à l'étranger. Dans un premier temps, il assiste aux expositions pour observer les handlers et connaître les techniques de présentation. Il évite alors, par la suite, de commettre certaines erreurs. Il peut aussi présenter régulièrement son chien pour débiter. Fréquenter des handlers étrangers, voire être employé chez un toiletteur anglais ou américain, lui fait bénéficier de leur expérience et lui permet d'acquérir des tours de main peu connus en France (19-21).

L'ouvrage de M. GRIMALDI « Comment présenter un chien en exposition » paru aux éditions DE VECCHI, apporte des renseignements techniques et théoriques. Des conseils sur les meilleures présentations pratiques de 58 races de chiens y sont répertoriés.

Notons qu'il n'y a pas d'âge requis pour présenter des chiens (19). D'ailleurs, cette activité peut se pratiquer et s'apprendre dès l'adolescence. Pour les vocations précoces, la meilleure voie de formation est sans doute la participation aux trophées des jeunes présentateurs canins. Comme de vrais professionnels, ces jeunes handlers présentent des chiens en statique et en mouvement. Mais à la différence de leurs aînés, ce ne sont pas les caractéristiques du chien qui seront primées mais le travail et la qualité de présentation de ces jeunes (55). Or, même si les chiens choisis par ces jeunes sont déjà entraînés à cette pratique des concours pour ne pas créer de difficultés au handler débutant, la compétition et l'apprentissage n'en sont pas moins difficiles (55). Notons qu'à l'exposition de Crufts en Angleterre, les jeunes présentateurs ne disposent que d'une heure pour connaître le chien qu'ils vont devoir présenter et de quelques minutes lors de leur passage avec le second chien (8). C'est pourquoi, en Angleterre et en France, ces jeunes handlers doivent déjà bien connaître le handling et avoir le geste précis et approprié vis-à-vis du juge tout en mettant en valeur le chien. D'ailleurs, le choix du jury oscille souvent entre l'adresse d'une présentation spontanée mais bien maîtrisée d'un jeune participant à celle plus consciencieuse d'un concurrent aguerri. Notons qu'en cinq ans, le niveau a considérablement évolué : la plupart des enfants savent tenir leur chien et quelques-uns sont de remarquables présentateurs démontrant impeccablement leur savoir-faire, dans un style professionnel. En effet, ces concours de jeunes présentateurs ne sont pas qu'une simple compétition, une pédagogie importante y est associée tant dans les techniques de présentation que dans le respect de l'animal qui les accompagne. C'est pourquoi, à l'issue de la compétition, le juge ou son assistant conseille et explique à chacun les erreurs commises et les techniques y remédiant. Toutes les grandes expositions françaises ou étrangères ouvrent, à l'heure actuelle, ce genre de concours aux enfants et aux adolescents. Ceux-ci s'y inscrivent généralement le jour même. Deux catégories, fonction de l'âge du participant, sont proposées : la catégorie des 6-11 ans et la catégorie des 12-16 ans. La compétition prend tout son intérêt dans cette dernière catégorie. Dans chacune des deux catégories, trois enfants sont sélectionnés et les six lauréats sont confrontés en finale. La compétition est généralement départagée par un juge de la SCC assisté d'un handler professionnel (55).

Un club de jeunes présentateurs existe en France. Ce club organise des concours de jeunes présentateurs dans le cadre des expositions canines, mais aussi un national de « jeunes présentateurs » dans le cadre de la Foire de Paris au mois de mai.. L'ensemble des points attribués aux vainqueurs de chaque catégorie lors de ces concours permet l'attribution du trophée annuel « jeunes présentateurs », compilé par Vos Chiens magazine et sponsorisé par Pedigree (8).

i. Perspectives et prospectives (10-19-21)

En France, depuis P BOETSCH, premier handler professionnel français, peu d'émules se sont lancés professionnellement dans cette activité, à l'inverse des USA et de la Grande-Bretagne où le métier est plus répandu.

Avouons que beaucoup d'éleveurs, même professionnels n'apprécient pas l'émergence de présentateurs professionnels dont les connaissances permettent à un chien, peut-être moins beau, mais mieux valorisé, de remporter un concours. Par jalousie, le handler est souvent

Tableau 19 - Tarifs de quelques prestations en toilettage (17–30).

Prestations en toilettage	Tarif
Toilettage d'un chien de petite race à poils courts	20 euros
Toilettage d'un chien de grande race à poils longs	61 euros
Épilation d'un petit chien en région parisienne	de 53 à 61 euros
Épilation d'un grand chien en région parisienne	de 69 à 77 euros
Tonte entière en région parisienne	38 euros
Une coupe aux ciseaux en région parisienne	46 euros
Une coupe aux ciseaux en province	de 27 à 31 euros.

Tableau 20 - Les dix races ayant, en moyenne, le plus grand nombre d'inscrits au Championnat de France des chiens de race (source société Pedigree Pal).

Races	Moyenne des sujets inscrits au catalogue
Bergers belges	205
Caniche	184
Rottweiler	144
Cavalier King Charles	142
Dogue allemand	119
Berger de Brie	115
Dobermann	108
Labrador	93
Leonberg	90
Épagneul breton	86

A l'issue du Championnat de France 2004 des chiens de race, c'est un Chow chow qui a été sacré Meilleur chien de cette exposition.

dénigré dès qu'il gagne, d'autant que certaines races sont encore présentées par leurs éleveurs de manière peu rigoureuse et de façon « bon enfant ». De plus, contrairement à leurs confrères américains, peu d'éleveurs français ont les moyens financiers de confier un chien à un présentateur spécialisé.

Bien que cette profession reste ignorée du grand public, il est possible de prévoir, en référence à l'évolution du milieu des field-trials, un développement de l'activité de handler. L'engouement pour les concours de jeunes présentateurs confirme cette perspective même si la plupart ne souhaitent pas devenir handler professionnel bien qu'ils désirent rester dans le milieu cynophile; certains aimeraient, notamment, devenir juge canin.

Aux USA, l'American Kennel Club exige maintenant que tout prétendant à l'activité de handler possède sept années d'expérience dans la cynophilie, ainsi que deux années d'apprentissage avec deux handlers confirmés. Cette décision a été prise sous la pression des handlers professionnels qui entendent ainsi protéger leur profession. En effet, Outre-Atlantique, la présentation des chiens en exposition pour le compte de propriétaires constitue un véritable métier relativement bien rémunéré.

Ainsi, tout éleveur effectuant sérieusement son activité se doit de participer et gagner un titre à certains concours renommés, comme le Championnat de France. Dès lors, afin de tirer le meilleur parti de leurs chiens, face aux plus beaux représentants canins, il est fort probable qu'à l'avenir, de nombreux éleveurs canins fassent appel à un handler professionnel.

Conclusion sur la deuxième partie

Ces métiers canins, basés sur l'esthétisme du chien, nécessitent une grande connaissance cynophile associée à un certain savoir-faire. Ce savoir-faire alliant minutie et précision du geste permet de considérer ces activités comme artistiques, bien qu'elles représentent de plus en plus un service canin. En rentrant dans ce cadre, ce secteur d'activité est amené à se développer et ainsi à offrir de nouveaux emplois. Le chiffre d'affaire généré en l'an 2000 par les branches alimentation, hygiène et soins, et accessoires, qui s'élève à environ 1,39 milliards d'euros, a ainsi augmenté de 4,07 % par rapport à 1999. Lié au fort potentiel de ce secteur, ce chiffre d'affaires augmente régulièrement chaque année, puisque la France est le pays européen qui compte le plus de chiens ! Dans ce secteur, certaines initiatives au demeurant farfelues, débouchent, d'ailleurs, sur un vrai succès, et celles-ci, comme le styliste canin, en jouant la carte de l'innovation, sont rentables même si ces nouvelles professions sont susceptibles de rester marginales (7).

Conclusion générale

L'espèce canine offre de multiples possibilités de travailler dans divers secteurs d'activité ; sa production et son amélioration ainsi que son esthétique en sont deux bien particuliers.

Aussi bien dans la production et l'amélioration des chiens que dans la recherche de leur beauté, certains métiers canins restent généralistes, d'autres constituent une spécialisation ; quelques-uns sont carrément des opportunités, telles la vente exclusive de vêtements pour chiens, et permettent de se démarquer (7). Néanmoins, malgré une concurrence sévère mais juste, l'élevage des chiens constitue toujours le marché porteur, même si, dans le même temps, d'autres activités canines se structurent. Ainsi, la course aux meilleures places sur le créneau des métiers canins est-elle engagée depuis plusieurs années, d'autant que chaque activité est difficile et que les réseaux n'ont pas connu l'extension qu'ils espéraient (23).

Si la filière canine offre des activités nombreuses et diversifiées recouvrant de vastes champs de compétences, certaines sont difficilement exploitables sur leur seul créneau. Dès lors, elles enrichissent la palette des services proposés par un éleveur, un toiletteur ou un handler à sa clientèle. Education, dressage, pension, taxi canin... sont, ainsi, des activités parallèles à ne pas négliger d'autant que les citadins sont de plus en plus nombreux à posséder un animal et à avoir de moins en moins de temps à lui consacrer (23). En étant audacieux, certaines activités pour aider les maîtres à bien vivre avec leur compagnon sont, carrément, à imaginer et peuvent, par la suite, devenir des professions à part entière telles le concept de handler.

Avec de nombreux concepts distincts, des moyens différents, et des résultats intéressants, ces activités regroupent en commun des hommes et des femmes, tous aussi passionnés par leur métier et respectueux des chiens. En effet, la caractéristique commune à tous ces métiers canins est que personne ne peut les effectuer correctement sans une passion réelle du chien. Ce domaine passionnel souvent propre aux métiers intéressant l'animal de compagnie est une conséquence normale de l'investissement émotionnel que peut ressentir toute personne qui considère que vivre avec un chien correspond à une éthique et à un respect des valeurs qui façonnent notre civilisation. C'est donc le choix d'un mode de vie, dans lequel ces professionnels ne peuvent imaginer une existence sans cet animal. En résumé, le bonheur de ces activités est, donc, de savoir mettre son talent au service de sa passion pour les chiens. Cependant, la passion, aussi importante soit-elle, ne suffit pas comme qualité pour exercer ces métiers. Par exemple, le bien-être de l'animal dépendra du bon équilibre psychologique et de la rigueur du travail de chaque cynophile. Outre motivation, persévérance et travail, des qualités relationnelles sont, elles aussi, indispensables. Une grande disponibilité et une forte patience autant vis-à-vis des animaux que des personnes est nécessaire, ainsi que de l'enthousiasme associé à une forte expérience (23). La plupart de ces métiers exigent une grande résistance physique (37), car, aujourd'hui, les « mordus » des chiens doivent être tenaces et travailler dur pour gagner un revenu décent.

Or, si cette passion devient un métier, il ne faut pas perdre de vue l'engagement aux résultats vis-à-vis du client (« *un client satisfait est un client qui revient* » nous dit l'adage), l'obligation de bénéfices et le respect de tout l'aspect administratif. Ainsi, le savoir-faire de ces professionnels doit-il autant tenir de l'animalier que du chef d'entreprise (23) tout en hésitant pas à le faire savoir par la valorisation de son activité. Il faut, en effet, se faire

connaître. Plusieurs moyens existent à cet effet : user des supports de publicité traditionnels, créer un site Internet et assurer sa visibilité au moyen d'un référencement efficace, mais aussi prospecter les autres professionnels canins. Les vétérinaires peuvent être, dans ce cas, source d'un important bouche-à-oreille et agir comme de vrais labels qualité. Une fois convaincus du professionnalisme de leur interlocuteur, ceux-ci ne manquent pas d'orienter leurs clients vers ce professionnel (7).

Les éléments encourageants, affichés notamment par les perspectives, ne doivent cependant pas occulter les difficultés (7). Ce sont les limites de ces professions. Ainsi, certains dénoncent –ils le corporatisme attaché au milieu canin et mettent en garde les nouveaux venus contre certaines « magouilles » qui sévissent. Les enjeux financiers et les places restreintes sont tels que tout le monde s'espionne et se jalouse. Comme dans n'importe quel « business », les premiers arrivés désirent être les premiers servis, d'autant que certains créneaux se trouvent déjà saturés (7). Le deuxième écueil est lié à la législation. Si les pouvoirs publics travaillent, depuis peu, à réglementer les activités liées aux animaux de compagnie, les entrepreneurs voient, du coup, leurs vocations et la mise en œuvre de leur projet freinées par un nombre croissant d'obstacles administratifs (7). Troisièmement, la majorité de ces activités canines requiert de lourds investissements. La création d'un élevage, d'un salon de toilettage ou encore d'un commerce spécialisé dans les accessoires nécessitent plusieurs centaines de milliers d'euros. Autant dire que, dans ces métiers, le retour sur investissement peut être long à venir. Ces contraintes ont, entre autres, permis l'éclosion du toilettage à domicile, qui ne nécessite qu'une mise de départ limitée, qui permet de satisfaire au mieux les attentes des maîtres et qui leur démontre in situ le savoir-faire de la toiletteuse. Ces contraintes ont, aussi, poussé, dans un souci de rentabilité, une majorité de cynophiles à proposer une offre couplée d'activités canines : élevage et toilettage, toilettage et vente d'accessoires, vente d'accessoires et vente d'aliments (7)...

Certains métiers, comme la profession de handler, permettent de voyager dans le monde entier, d'autres, comme l'ouvrier de chenil, de chouchouter les chiens au quotidien (9).

Si une grande disponibilité est exigée, les métiers canins n'offrent pas toujours des salaires très intéressants. L'employé de chenil, comme de nombreuses activités animalières commencent au SMIC. D'autres professions, comme éleveur ou toiletteuse sont dépendantes de facteurs économiques qui ne permettent pas de prévoir ses revenus. Enfin, la vente de vêtements pour chien est une activité liée à la saison hivernale et ne peut se suffire à elle-même pour procurer un revenu toute l'année. La seule récompense de ces professions est le plaisir de travailler au contact des chiens ce qui explique pourquoi la plupart d'entre elles ne sont exercées que par des passionnés (37). De plus, nous recommandons, avant de se lancer dans une activité canine, de commencer à exercer à son propre compte afin de limiter les premiers frais et d'apprécier le niveau d'équilibre de ce métier d'autant que les petites entreprises canines ont des difficultés dans l'application de la législation sur le temps de travail ou loi des 35 heures face à la compétence et à la disponibilité demandées dans leur exercice quotidien.

Comme nous l'avons évoqué précédemment, les métiers canins, longtemps caractérisés par une absence totale de réglementation, font depuis peu l'objet d'une attention particulière de la part des pouvoirs publics. Cette réflexion porte sur les contraintes sanitaires et les conditions de « diplôme » (7). Ainsi, des normes d'hygiène doivent être respectées dans les locaux destinés à l'élevage, à la commercialisation, au toilettage, ou au transit des chiens. Cependant, les démarches administratives liées à l'installation varient suivant les activités canines : certaines font l'objet d'un courrier à la Direction des Services Vétérinaires (DSV)

du département, d'autres sont soumises à déclaration auprès de ce service, d'autres encore sont conditionnées à l'obtention d'une autorisation (création d'un élevage de plus de cinquante chiens) (7). C'est pourquoi, avant de s'installer, nous conseillons de s'adresser à la DSV du département. Ce service indiquera si les locaux destinés à recevoir, même ponctuellement, des chiens, sont adaptés ou non, et exposera également toutes les formalités à accomplir.

Si certaines qualités indispensables permettent d'exercer chacune de ces professions, tous ces métiers nécessitent une technique particulière (7-37). Ils doivent donc être couplés avec une formation appropriée (37). Certains métiers canins demandent un cursus simple, voire simplement un certificat de capacité, alors que d'autres ne sont accessibles qu'au bout de plusieurs années d'études. Or, même si parfois, plusieurs itinéraires de formation (BEP, BT, BTS agricoles, brevet national ou formations spécifiques) permettent d'accéder à une même activité, l'accès aux différentes écoles, concours et formations, est souvent limité en nombre de places. Néanmoins, malgré l'abondance et le caractère de plus en plus sélectif des formations possibles, rien ne vaut l'expérience du terrain d'autant que les écoles souvent trop isolées ne sont pas toujours ouvertes sur le monde des insertions professionnelles possibles pour les jeunes. Dès lors, il ne faut pas hésiter à consulter les listes d'adresses des professionnels, des syndicats ou des associations canines qui peuvent conseiller et parler de leurs expériences, et contacter le Centre d'Information et d'Orientation pour obtenir les renseignements correspondants à chaque métier (1-9).

Par ailleurs, les débouchés actuels des professions canines restent incertains, voire limités; si certaines activités sont en perte de vitesse, comme celle de tatoueur, d'autres sont en pleine expansion, comme celle de toiletteuse. Cependant, compte tenu de la place de plus en plus importante que prennent les 8 millions de chiens dans notre société, certains analystes pensent que le marché canin va se développer et ainsi offrir de nouveaux emplois. Les indicateurs enregistrent d'ailleurs, à quelques rares exceptions près, une progression régulière des activités en rapport avec le chien, et la tendance n'est pas prête à s'inverser. D'autant que le chien, en nous donnant cet amour dont nous avons tous besoin, apporte énormément de bienfaits à nos vies, tant et si bien que ce besoin génère une manne financière. Or, de nouveaux métiers apparaissent, et certains restent encore à inventer. C'est à chacun de trouver sa voie pour vivre sa passion jusqu'au bout. Néanmoins, actuellement, le peu de débouchés impose à ceux qui veulent réussir dans les métiers de la production et de l'amélioration de l'espèce canine ou dans les métiers liés à l'esthétisme du chien, des qualifications techniques et du flair dans les affaires (7-9-37).

En espérant que tous trouveront dans cette thèse toutes les possibilités pour côtoyer et travailler auprès des chiens, en alliant ainsi passion et profession...

Bibliographie

- 1 ACTUEL CENTRE D'INFORMATION ET DE DOCUMENTATION JEUNESSE. Les métiers du soin et du dressage. *Fiche ACTUEL-Cidj* n°2.132, CIDJ-Paris, novembre 1996, 1-13.
 - 2 ANDREU DE LAPIERRE E, LABLANCHE P. Le salon de toilettage : un exemple de diversification. *La Semaine Vétérinaire*, février 1997, n°846, supplément n°3, 2-5.
 - 3 ANONYME. Toilettés de stars. *Chiens 2000*, juin 1997, n°233, 8.
 - 4 ANONYME. Certificat à l'élevage canin de la SCC. *Atout Chien*, 189, novembre 2001, 16.
 - 5 ANONYME. Sondage Facco/Sofres 2002 : maîtres et chiens passés au peigne fin. *Atout chien*, , nov 2003, n°213, 22-23.
 - 6 BALLANTYNE A. Doc Dolly. *Reader's Digest Sélection*, mars 2001, 130-136.
 - 7 BARTOSZEWSKI A.K. Business canin.: *Défis*, juillet-août 2002, n°200, 48-52.
 - 8 BAXTER H. La fin d'un monde à Crufts. *Vos chiens magazine*, mai 1998, n°154, 42.
 - 9 BILLON S. Métiers animaliers, un avenir pas si bête ! *30 Millions d'amis*, septembre 2001, n°175, 32-36.
 - 10 BOETSH P. Profession handler. *Revue Chiens2000*, décembre 1987, n°128, 52-53.
 - 11 BOITANI L, BOURDIN M, CARBONE G. L'ABCdaire du chien. Flammarion-Paris, septembre 1997, 11-86.
 - 12 BONARD F. Bébé clone : les scientifiques indignés. *Le Parisien Dimanche*, 29 décembre 2002, n°18134 bis, 7.
 - 13 BONDUELLE P, JOUBLIN H. L'animal de compagnie. *Que sais-je ?* n°2998, PUF-Vendôme, juin 95, 128 p.
 - 14 BOUDEHANE K. Nutritionniste canin. *Atout chien*, novembre 1999, n°165, 38-39.
 - 15 COLOZZI C. Employé(e) de chenil. *Atout chien*, octobre 1997, n°140, 32-33.
 - 16 CORREARD P. Métiers du chien : les formations. *Vos chiens magazine*, février 1998, n°151, 28-31.
 - 17 CROCHET C. Un chien, combien ça coûte ? *30 millions d'amis*, décembre 1999, n°154, 70-72.
 - 18 DE BELS U. Toiletté. *Atout chien*, janvier 1998, n°143, 32-33.
 - 19 DE BELS U. Handler. *Atout chien*, avril 1998, n°146, 32-33.
 - 20 DE SALABERT. *La dépêche vétérinaire*, 6 avril 2002, n°721, 6.
 - 21 EDIMAG. Handler : l'art de la présentation. *Atout chien hors série*, mars 1991, n°11, 57.
 - 22 EDUCATION-PROMOTION. L'entretien, le dressage et la vente des animaux de compagnie. *Revue éducation-promotion*, septembre 1988, 23-26.
 - 23 FURIET M. et coll. Elever et commercialiser des animaux de compagnie, Dossier idées, Idée-groupe Sid éditions-Paris, 1998, 433p.
 - 24 GAGNON AC. Identification électronique : horizon 97. *Vetomecum*, oct/nov. 96, n 215, 1-2.
 - 25 GANIVET A. La visite d'achat. Une garantie pour les deux parties...*Chiens 2000*, juillet-août 1998, 70-71.
 - 26 GEORGEL M. Etrille ou non. *Revue chiens 2000*, mai 1993, n°188, 22.
 - 27 GILLES M. Les métiers animaliers : du rêve à la réalité. *30 Millions d'amis*, mai 1997, n°123, 20-22.
 - 28 GIRARD F. Eleveur : un vrai métier où l'à peu près n'a pas sa place. *Vos chiens magazine*, octobre 1996, n°136, 18-26.
 - 29 JAMES S. A brade new world of cats witout tears. *Reuters*, 27 juin 2001, 1.
 - 30 JESTADT F. Rebrousse-poil et pattes de velours...Toiletté : le chien « dans la peau ». *Chiens sans laisse*, avril 1999, n°131, 35-36.
 - 31 JORDAN B. Chroniques génomiques. Clonage : et maintenant un chat...*Med Sci*, avril 2001, n°18, 425-427.
 - 32 L. E. Formation accélérée chez Audreco. *Animalerie magazine*, juin 1998, n°100, 6.
 - 33 LAFON M. le Labrador n'est plus premier dans le cœur des Français. *La Dépêche vétérinaire*, 9 mars au 15 mars 2002, n°717, 10.
 - 34 LATOUR S. La visite d'élevage canin. *Action vétérinaire*, 21 juin 1996, n°1368, 8.
 - 35 LEONARD M. Vers un vrai bac professionnel. *Animalerie magazine*, juin 1988, n°100, 72.
 - 36 LE ROUEIL AM. Certificat de capacité : mode d'emploi, *Revue Chiens 2000*, 12.
 - 37 MATEO V. Les métiers au contact des animaux et de la nature. *L'étudiant*-Paris, novembre 2000, 189 p.
 - 38 MINISTERE DE L'AGRICULTURE, DE LA PECHE ET DE L'ALIMENTATION - SOUS-DIRECTION DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE, DE L'APPRENTISSAGE, DU DEVELOPPEMENT, DE L'ANIMATION RURALE ET DE LA COOPERATION INTERNATIONALE. Bepa option exploitation. Référentiel professionnel de l'ouvrier qualifié en élevage canin, FOPDAC-Paris, 13-15
 - 39 MULIN J. Le droit à la reproduction. *SCC Informations*, 4° trimestre 2001, n°66, 5-6.
 - 40 NAU J-Y. La tentation du clonage humain. *Le Monde – Dossiers et documents*, février 2003, n°317, 4.
 - 41.NEAULT Y, LEFEBVRE. Championnat de France de toilettage et d'esthétique 2003 : pros contre futurs pros *Atout chien*, février 2004, n°216, 22 24.
-

42. OFFICE NATIONAL D'INFORMATION SUR LES ENSEIGNEMENTS ET LES PROFESSIONS. Le dico des métiers. *Les dossiers de l'ONISEP*, Milan-Toulouse, 2000, 495 p.
43. PACHETEAU C. Ça se confirme de toutes parts ! *Atout Chien*, avril 2002, n°194, 3.
44. PACHETEAU C. Suppression de la confirmation : plus de chiens de race, moins de chiens de qualité ? *Atout Chien*, juillet 2002, n°197, 34-36.
45. PACHETEAU C. Edito-Le grand défi, *Atout chien*, n°199, septembre 2002, 1.
46. PACHETEAU C. Chiens de pure race : 2002 est encore un bon cru. *Atout chien*, avril 2003, n°206, 22-23.
47. PACHETEAU C. LOF 2003 : une année record pour le chien de race. *Atout Chien*, mars 2004, n°217, 3.
48. PECCAUVY C. Recours : la course contre la montre. *Atout chien*, septembre 2002, n°199, 10.
49. PECCAUVY C. Pub et petites annonces : rien que la vérité. *Atout chien*, avril 2003, n°206, 10.
50. RENVIER C. Les trafics de chiens ternissent l'image des vétérinaires. *L'Action Vétérinaire*, 18 octobre 2002, n°1614, 1.
51. ROMANETTI FC. Le vingtième siècle vétérinaire : toujours plus ! *Atout chien*, janvier 2000, n°167, 28.
52. ROUGER A. Les métiers animaliers : une envie pas si bête. *Rebondir*, février 2002, n°103, 30-32.
53. SAMAILLE J P. Eleveurs de chiens et vétérinaires. *L'Action Vétérinaire*, 6 mars 1998, n°1432, 1.
54. SASIAS G. Le guide des chiens en France. *Sélection du Reader's Digest-ATP*. Chamalières, 1997, 130-136.
55. SASIAS G. Expositions : comment commencer ? *Atout chien*, août 1999, n°162, 60-62.
56. SASIAS G. Que faut-il savoir pour élever ? *Atout chien*, décembre 1999, n°166, 52-53.
57. SIGA S. Toilettage tumultueux. *Atout chien*, octobre 1997, n°140, 57.
58. SOUPLET E. Vos questions, nos réponses. *30 millions d'amis*, juin 2002, n°184, 54.
59. STAHL F. Guide encyclopédique du chien. *Delachaux et Niestlé*, Paris, 1996, 7.
60. TARTERA P. La communication reste à améliorer. *La Semaine Vétérinaire*, 5 octobre 1996, n°827, 16.

Annexe 1: Méthodologie de l'enquête Facco/Sofres.

Depuis dix ans, la Facco réalise avec l'institut de sondage de la Sofres une étude de l'évolution du parc des animaux familiers français et donc de la population canine. Celle-ci permet de mettre en évidence les tendances de fond de cette population. L'enquête Facco/Sofres menée en collaboration avec des experts de l'INSEE s'est attachée à travailler sur une amélioration de la représentativité de l'étude qui permet de suivre l'évolution de la population d'animaux de compagnie en France. Cette étude est réalisée auprès de 20 000 foyers représentatifs des ménages français, par courrier, au travers d'un questionnaire dédié aux animaux de compagnie (Panel Metascope). Ces 20 000 foyers représentent 53 000 personnes (à titre de comparaison, les sondages conventionnels sont réalisés à l'échelle de 1 600 personnes). Les critères de sélection du panel sont les suivants :

- nombre de personnes par foyer,
- âge et profession du chef de famille,
- région,
- type d'agglomération.

Il existe « un panéliste Métascope » dans une commune française sur six. Le taux de renouvellement du panel est de 25 % par an afin de garantir la « vitalité » du panel.

Annexe 2 : Législation et textes de lois

L'article 1 de la loi du 22 décembre 1971

L'article 1 de la loi du 22 décembre 1971 précise « *la vente des chiens [...] par des marchands spécialisés ou des particuliers est nulle de droit quand dans les 15 jours francs qui suivent leur livraison, les premiers sont atteints de la maladie de Carré ou d'hépatite contagieuse.* ».

Loi relative aux animaux dangereux et errants

Cette loi a été promulguée le 6 janvier 1999.

Tout propriétaire ou détenteur d'un chien de 1^{ère} ou 2^{ème} catégorie doit procéder à la déclaration de son animal en mairie. La non-déclaration est passible d'une peine de contravention de quatrième classe (762,24 euros). Il existe des restrictions en matière de détention canine. Le récépissé alors délivré doit pouvoir être présenté à tout moment aux forces de l'ordre.

Dans les lieux publics et les transports en communs, en vertu de l'article 211-5 du Code Rural, les chiens de la 1^o catégorie sont interdits alors que les chiens de la 2^{ème} catégorie doivent être muselés et tenus en laisse par une personne majeure.

Arrêté du 20 juillet 2001

Arrêté du 20 juillet 2001 relatif à la liste des diplômes, titres et certificats requis pour les personnes exerçant des activités liées aux animaux de compagnie d'espèces domestiques

Le ministre de l'agriculture et de la pêche, Vu le Code rural et notamment ses articles L.914-6(IV, 3°), L.9 et L.915-10 ; Vu le décret n°91-823 du 28 août 1991 relatif à l'identification des chiens [...] et à la tenue des locaux où se pratiquent de façon habituelle l'élevage en vue de la vente, la commercialisation, le toilettage, le transit ou la garde de ces animaux pris pour application des articles 276, 276-2 et 276-3 du Code rural ;

Vu le décret n°2000-1039 du 23 octobre 2000 relatif aux modalités de délivrance du certificat de capacité relatif à l'exercice des activités liées aux animaux de compagnie d'espèces domestiques, pris en application des dispositions de l'article L.914-6 (IV, 3°) du Code rural, Arrête :

Art.1^{er}.

- Conformément aux dispositions de l'article 1^{er} (b) du décret du 23 octobre 2000 susvisé, est requis pour l'exercice des activités liées aux animaux domestiques de compagnie l'un des diplômes, titres ou certificat visés ci-après :

Diplômes

Niveau V :

- CAPA élevage canin ;
- BPA élevage canin ;
- BEPA exploitation, spécialité « élevage canin » ;
- BEPA animalerie, spécialité « laboratoire » ;

-BEPA services, spécialité « vente d'animaux de compagnie, de produits et accessoires d'animalerie. »

Niveau IV :

-BTA production, conduite de l'élevage canin ;

-BTA production, qualification technicien animalier de laboratoire ;

-BTA communication et services, spécialité commercialisation, support pédagogique « animalerie » ;

-Baccalauréat professionnel, technicien-conseil vente en animalerie. Enseignement supérieur agronomique vétérinaire ;

-Diplôme d'Etat de Docteur vétérinaire.

Certificat de spécialisation

-Certificat de spécialisation d'aide-soignant vétérinaire, délivré par les LPA d'Alençon et d'Evreux.

Titres homologués

-Certificat pratique d'agent cynophile de sécurité, délivré par le lycée professionnel agricole des Combrailles à Saint-Gervais-d'Auvergne et le centre de formation professionnelle pour adultes d'Aix-Valabre.

-Toiletteur canin, délivré par le centre de formation d'apprentis de Saint-Gervais-d'Auvergne, le centre formation d'apprentis de l'artisanat de Mulhouse et la cité de la formation professionnelle de Marmande

-Auxiliaire spécialisé(e) vétérinaire, délivré par le centre de formation par alternance d'Aix-en-Provence

Autres titres et certificats liés à des formations

-Moniteur en éducation canine 2^{ème} degré, délivré par la Société centrale canine pour l'amélioration des races de chiens en France.

-Certificat d'aptitude aux fonctions de juge et expert confirmateur, délivré par la Société centrale canine pour l'amélioration des races de chiens en France.

-Certificat de formation à l'élevage canin, de la Société centrale canine.

-Certificat d'études techniques de l'animal de compagnie d'espèce domestique, délivré par la Société francophone de cynotechnie, option « chien. »

-Certificat d'études techniques de l'animal de compagnie d'espèce domestique, délivré par la Société francophone de cynotechnie, option « chats et petits mammifères familiaux. »

-Educateur chiens d'utilité, chiens guides d'aveugles, délivré par la Fédération nationale des éducateurs chiens guides d'aveugles.

Art.2.

Le directeur général de l'enseignement et de la recherche est chargé de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Fait à Paris, le 20 juillet 2001.

Pour le ministre et par délégation :

Par empêchement du directeur général de l'enseignement et de la recherche :

L'ingénieur en chef d'agronomie, J.Reparet.

Certificat de capacité.

J.O.numéro 248 du 25 octobre 2000 page 17010. textes généraux Ministère de l'Agriculture et de la pêche. Décret n°2000-1039 du 23 octobre 2000 relatif aux modalités de délivrance du certificat de capacité relatif à l'exercice des activités liées aux animaux de compagnie d'espèces domestiques, pris en application des dispositions de l'article L.914-6 (IV, 3°) du Code Rural NOR : AGRG0001712D

Le Premier ministre,

Sur le rapport du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et du ministre de l'agriculture et de la pêche,

Vu le Code Rural, notamment son article L.914-6 (IV, 3°) ;

Vu l'ordonnance n°59-2 du 2 janvier 1959 modifiée portant loi organique relative aux lois de finances, notamment son article 5 ; Vu le décret n°1587 du 29 décembre 1962 portant règlement général sur la comptabilité publique ;

Vu le décret n°80-791 du 1^o octobre 1980 pris pour l'application de l'article 276 du code rural ;

Vu le décret n°91-823 du 28 août 1991 relatif à l'identification des chiens, des chats et autres carnivores domestiques et à la tenue des locaux qui pratiquent de façon habituelle l'élevage en vue de la vente, la commercialisation, le toilettage, le transit ou la garde de ces animaux pour l'application des articles 276, 276-2 et 276-3 du code rural ;

Le Conseil d'Etat (section des travaux publics) entendu, décrète :

Art.1^o. -Le dossier de demande du certificat de capacité mentionné à 3° du IV de l'article L.914-6 du code rural est adressé au préfet du département du lieu où s'exerce l'activité pour laquelle le postulant demande le certificat de capacité. Le préfet peut délivrer le certificat de capacité aux postulants qui justifient :

a) Soit d'une expérience professionnelle d'une durée minimale de trois années d'activité à titre principal, en tant que responsable ou employé dans l'exercice d'une ou plusieurs des activités mentionnées à l'article L.914-6 du code rural ; Soit d'une expérience relative aux soins et à la protection des animaux d'une durée minimale de trois années, comportant une activité représentant au moins un mi-temps au contact direct avec les animaux au sein d'une fondation ou d'une association de protection des animaux, reconnue d'utilité publique ou affiliée à une œuvre reconnue d'utilité publique ;

b) Soit de la possession d'un diplôme, titre ou certificat figurant sur une liste publiée par arrêté du ministre de l'agriculture ;

c) Soit de connaissances suffisantes attestées par le directeur régional de l'agriculture et de la forêt ou par le directeur de l'agriculture et de la forêt pour les départements d'outre-mer. Le contenu, les modalités d'évaluations des connaissances ainsi que la liste des établissements habilités à participer à cette évaluation sont définis par arrêté du ministre de l'agriculture. Les pièces constituant le dossier de demande du certificat de capacité ainsi que les modalités de présentation de ce dossier et de délivrance du certificat sont définies par arrêté du ministre de l'agriculture.

Art.2. – Les frais de l'évaluation mentionnée au c de l'article 1^{er} sont supportés par le candidat. Ils donnent lieu à la perception par l'Etat d'une redevance pour services rendus qui est exigible à l'occasion de chaque demande. Le montant et les modalités de perception de

cette redevance sont précisés par arrêté conjoint du ministre de l'agriculture et du ministre chargé du budget.

Art.3.- Lors des contrôles mentionnés au I de l'article L.914-23 par les agents des services vétérinaires, s'il apparaît que le titulaire du certificat de capacité a commis un acte contraire aux dispositions législatives et réglementaires applicables à la santé et à la protection des animaux ou dans l'exercice de son activité, des négligences ou des mauvais traitements susceptibles de porter atteinte à la santé et à la protection des animaux, le directeur des services vétérinaires établit un rapport et l'adresse au préfet du département. Celui-ci met en demeure l'intéressé de se conformer aux exigences qu'il lui prescrit dans un délai qu'il détermine et qui n'excède pas un mois et l'invite à présenter ses observations avant l'expiration de ce délai. Si à cette date, le titulaire du certificat de capacité n'a pas satisfait aux injonctions du préfet, ce dernier peut prononcer la suspension du certificat de capacité pour une durée qui ne peut excéder trois mois, ou au retrait de celui-ci. En cas de manquement entraînant une grave souffrance pour les animaux, le préfet peut prononcer immédiatement la suspension du certificat pour une durée qui ne peut excéder un mois.

Annexe 3 : Moments clés du clonage

1890 : première naissance par transfert d'embryon chez le lapin.

1952 : premier veau issu d'insémination artificielle.

1979 : premiers clones par scission d'embryon sur des moutons.

1986 : premiers clones d'agneau par transfert de cellules embryonnaire dans un ovule énucléé.

1993 : débuts de clones humains par scission d'un embryon.

1996 : premiers clones de brebis issus de la culture de cellules d'embryon.

Février 1997 : naissance de la brebis Dolly, premier clone d'adulte et premier mammifère cloné par l'équipe de Ian Wilmut (Ecosse).

Février 1998 : naissance du veau Marguerite, cloné par l'Inra à partir d'une cellule musculaire embryonnaire.

Mars 1998 : premiers singes clonés par transfert de cellules embryonnaires.

1998 : deux veaux clonés transgéniques, porteurs d'un gène marqueur de résistance aux antibiotiques.

2000 : naissance de Tetra, premier singe cloné.

2001 : création du premier clone d'embryon humain en vue d'obtenir des cellules souches potentiellement thérapeutiques.

Février 2002 : premier clonage d'un chat domestique « CC » (copie conforme) créé à partir d'une cellule transférée dans un ovule énucléé.

2003 : l'équipe italienne du professeur Cesare Galli mène à terme la naissance d'une pouliche, Prométhée, issue du clonage de sa propre mère porteuse. Ce premier cheval cloné au monde était la preuve qu'une jument pouvait être à la fois mère porteuse et mère génétique.

Août 2004 : un pur-sang arabe, copie génétique d'un champion, devrait naître en Italie selon le professeur Cesare Galli.

Annexe 4 : Adresses canines

Société Centrale canine

155, rue Jean Jaurès

93535 Aubervilliers Cedex

Standard : 01 49 37 54 00 ou 01 49 37 54 54

Administration : 01 45 08 53 15

Fichier central : 01 42 36 11 60

Service télématique : 01 42 36 92 00 + code d'accès + mot de passe

Site Internet : www.scc.asso.fr

Société canine régionale d'Ile de France

Bâtiment Ferrando – ENVA

7, av du Général de Gaulle

94704 Maisons-Alfort Cedex

American kennel club (AKC)

Site Internet : www.akc.org

Télévéto

Tél. : 01 39 54 51 07 - Service télématique : 01 39 54 07 30 + code d'accès

Ministère de l'agriculture

78, rue de Varennes

75007 Paris

Tél. : 01 49 55 49 55

Direction de la production et des échanges du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche - Bureau de la sélection et du développement de l'élevage

3, rue Barbet de Jouy

75349 Paris 07 SP

Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement

20, avenue Ségur

75007 Paris

Tél. : 01 42 19 20 21

Syndicat national des professionnels du chien et du chat (SNPCC)

Rue des Paulines - BP 9

63390 Saint –Gervais d’Auvergne

Tél. : 04 73 85 83 67 - Fax : 04 73 85 84 34 - Minitel : 3615 chien Dog.

Courriel : snpcc@aol.com

Internet : www.geocities.com/snpcc ou www.snpcc.fr:

Syndicat de défense des éleveurs de chiens et de chats de l’Ouest (SDECCO)

Les Melliers

35320 Pance

Tél. : 02 40 56 96 56 ou, 02 99 43 00 10

Président : S. FAUREZ

PRODAF

2, avenue Jean Moulin

94120 Fontenay sous Bois

Tél. : 01 48 75 56 57 - Fax. : 01 48 75 76 12

www.prodaf.org.

Son Président est Y DOUCINET. Cet organisme regroupe les fabricants et distributeurs de la filière.

FACCO

46, boulevard de Magenta

75010 Paris

Tél. : 01 40 18 15 43

www.facco.fr.

Légisport

8, rue d’Arcole

13006 Marseille

Tél. : 04 91 81 70 68

Association française d’information et de recherche sur l’animal de compagnie (AFIRAC)

7, rue du Pasteur Wagner

75011 Paris

AJIRA

BP 125

75223 Paris Cedex 05

Société francophone de cynotechnie (SFC)

Contact : J LORY

Tél. : 05 58 08 05 84 de 9 h à 12 h - Fax : 05 58 08 05 57

Site Internet : <http://www.cyno.org>

Pour s'inscrire aux séminaires, il est possible de joindre le Dr A.GANIVET (Tél.: 01 43 34 28 74) ou D.ROSHARDT (Tél. : 05 56 72 23 78.)

Tous les renseignements utiles, comme pour obtenir le Certificat de capacité, peuvent être obtenus à la SFC, auprès de J.LORY (Tél.: 05 58 08 05 89)

Groupe de recherches Auvergne Rhône-Alpes sur l'élevage, la sélection et les rôles du chien.

c/o ENV de Lyon

1 avenue Bourgelat - BP 83

69280 Marcy-l'étoile

Tél. : 04 78 87 25 35

Président : Professeur J.F. CHARY

Société protectrice des animaux

39 boulevard Berthier

75017 Paris

Tél. : 01 43 80 40 66

Laboratoire d'Analyses Génétiques - Espèces animales

INRA – Domaine de Vilvert

78332 Jouy-en-Josas cedex

Tél. 01 34 65 21 41

Royal Canin

BP 4

30470 Ailargues

Tél. N° Vert 05 41 51 61

Generali France assurances - Agence générale

66, avenue de Paris - BP 69

95602 Eaubonne cedex

Tél. : 01 39 59 19 07

Fédération des Éleveurs et des Vétérinaires en Convention (FEVEC.)

Pré Giraud

42130 Boën sur Lignon

Tél. : 04 77 24 11 41 (entre 8h30 et 9h30) - Fax : 04 77 24 11 84

Organisations professionnelles de toiletteurs :

– Association des toiletteurs professionnels

40 rue du Faubourg Raines

21000 Dijon

Tél. : 03 80 43 33 81

– Syndicat national des maîtres toiletteurs

Domaine du bois Ivonet « Margial »

02200 Soissons

Tél. : 03 23 53 12 13

– Association pour le perfectionnement et la promotion du toilettage canin (APPTC)

25 boulevard Pierre de Coubertin

10 440 La Rivière des Corps

Tél. : 03 25 82 00 54

– SPCF

BP10

63390 Saint Gervais d'Auvergne

Tél. : 04 73 85 79 03 - Fax : 04 73 85 83 64

Son Président est P OLIVERO. Le SPCF regroupe les professionnels du chien et du chat.

– SNPCC

Les loups de Morez - Route nationale 1

95570 Attainville

Tél. : 01 39 91 24 04 - Fax. : 01 39 91 84 61

Son Président est R. DANIEL. Le SNPCC est une organisation dissidente de la précédente.

D'autres organisations professionnelles sont concernées par la profession du toilettage :

– **FNDSJ**

22 rue Esquirol

75013 Paris

Tél. : 01 44 24 96 97 - Fax. : 01 44 24 01 24

Son Président est B. PICAL. Cet organisme regroupe les jardineries.

– **Chambre nationale des prestataires animaliers Prestanimalia**

24 rue du Château des rentiers

75013 Paris

Tél. et Fax. : 01 45 83 33 52

site : <http://www.audreco.com/prestanimalia> et e-mail prestanimalia@audreco.com

Editions professionnelles canines :

– **Edimag**

41, rue des Chantiers

78035 Versailles cedex

Tél. : 01 39 20 70 89 - Fax. : 01 30 21 16 29.

– **Animalerie magazine**

Tél. : 01 53 57 62 00

– **Animal distribution**

Tél. : 01 34 84 70 60

– **La revue du toiletteur et du chien de compagnie**

BP 10

93390 Saint Gervais D'Auvergne

Tél. : 04 73 85 79 03

Sites Internet professionnel du monde canin :

- www.the-kennel-club.org.uk. C'est le site Internet multilingue du Kennel club.
- www.facco.fr/population/pop.html
- www.aniwapro.com. Ce site portail est dédié aux professionnels de l'animal de compagnie (artisans, industriels, distributeurs...) Une partie des informations (léislation, emploi, formation, baromètre mensuel, annuaires professionnels, petites annonces...)est accessible sur abonnement.
- www.chien.com . C'est un site généraliste d'information sur les chiens. Ce site donne des renseignements utiles sur la législation, les clubs de races...
- www.vet-city.com est un site vétérinaire qui propose également des chiens à vendre ou à donner et des annonces d'éleveurs.

- www.30millionsdamis.fr C'est le site de la fondation 30 Millions d'Amis. Il propose des chiens à adopter. Vous pouvez même les voir en photo.
- www.afirac.org
- www.aniwa.com
- www.animalissimo.com
- www.cyno.org
- www.iahaio.org (International association of human-animal interaction organizations)
- www.lamaisonduchien.com
- www.monanimal.com
- www.mypetstop.com
- www.petspyjama.com
- www.Mlink.NET/veterinet
- www.furty.com Furty est le premier moteur de recherche animalier

Centres de formation à l'élevage canin :

– LEGTA Édouard Herriot

Domaine de Cibeins – Mizerieux

01600 Trevoux

Tél. : 04 74 08 88 22

Fax : 04 74 08 88 34

Directeur : M. BOUTY

– Etablissement Public Local d'Enseignement Agricole des Combrailles. Centre National de Formation d'Apprentis - Lycée Professionnel Agricole (LPA)

Avenue de la gare

63390 Saint Gervais d'Auvergne

Tél. : 04 73 85 72 84 - Fax : 04 73 85 83 10

Courriel : cnfa.st-gervais@educagri.fr ou lpa.st-gervais@educagri.fr

Directeur M. BOUDOU

– Filière Canine des MFR de Midi-Pyrénées

CFP Cazalens

81600 Brens

Tél. : 05 63 57 05 15 - Fax : 05 63 57 03 66

E-mail : cfp.81@mfr.asso.fr

M.F.R.Le château

31450 Donneville

Tél. : 05 61 81 90 82 - Fax : 05 61 81 47 85 - E-mail : mfr.donneville@mfr.asso.fr

La filière des MFR de Midi-Pyrénées est devenue un pôle de compétence en matière de formation en élevage canin et de préparation aux métiers du chien.

Au CFP Midi-Pyrénées sont proposés le Bac Pro « conduite et gestion des élevages canin et félin », la formation de formateurs en cynotechnie avec le concours de la Société francophone de cynotechnie et les formations diverses de courtes durées de chiens truffiers, d'éducation canine et de comportement canin.

A la MFR « Le château » sont préparés le Bepa Elevage canin et félin, le Certificat d'aptitude à la fonction d'agent cynotechnique (CAFAC) avec la participation active des professionnels du milieu et sont réalisés des stages d'initiation à la conduite du traîneau à chiens avec le concours de l'association Angaka et à la conduite des chiens de troupeaux en partenariat avec des bergers en estive dans les Pyrénées.

Pour les jeunes issus d'une classe de cinquième ou de quatrième, il existe deux classes d'orientation : quatrième et troisième technologique (domaine : élevage, bureautique et commerce – diplôme national du Brevet)

Pour les jeunes issus d'une classe de troisième ou de seconde, il existe le Bepa « Elevage canin et félin », diplôme de niveau V.

Pour les jeunes détenteurs d'un Bepa ou issus de niveau supérieur avec dérogation, il existe le Bac Pro « conduite et gestion des élevages canin et félin », diplôme de niveau IV.

Pour les adultes passionnés de chiens et désirant préparer les épreuves du Certificat de capacité, il existe :

*le Certificat d'aptitude à la fonction d'agent cynotechnique (CAFAC) de 760 heures avec intervention des professionnels du milieu canin

*Les Certificats de compétences en 5 stages de 40heures sur les thèmes suivants :

« Conduire un chien truffier »

« Devenir éducateur canin »

« Pratiquer le pistage canin »

– Maison Familiale Rurale - Centre de Formation par alternance

50, rue des 15 fusillés – BP 92

61400 Mortagne-au-Perche

Tél. : 02 33 85 28 28 ou 02 33 25 10 87

Fax : 02 33 85 28 36

E-mail : mfr.mortagne.canin@mfr.asso.fr

Directeur : C. de BALORRE

La MFR de Mortagne-au-Perche propose des formations débouchant sur des diplômes d'Etat :

- Bac professionnel Elevage canin et félin, au sortir de la 1^{ère} ou de BEP
- Le BEPA Elevage canin et félin au sortir d'une classe de 3^{ème}

- 4^e et 3^e préparatoire, avec support professionnel canin au sortir d'une classe de 5^{ème} ou de 4^{ème}
- Le Brevet de toiletteur canin, formation en contrat de qualification, sur 2 années après une 3^{ème}
- Le BEPA Vente d'animaux de compagnie au sortir d'une classe de 3^{ème}
- Bac professionnel Technicien conseil Vente en animalerie, au sortir de 1^{ère} ou de BEP

– **Maison Familiale Rurale d'Education et d'Orientation (MFREO)**

10, bis rue du Couvent

21140 Semur-en-Auxois

Tél. : 03 80 97 07 08 - Fax : 03 80 97 39 11

– **Maison Familiale Rurale "Les Pins Hallet"**

BP4

56910 Carentoir

Tél. : 02 99 08 83 50

– **Maison Familiale Rurale d'Education et d'Orientation (MFREO)**

22, route Josselin

56490 Guilliers

Tél. : 02 97 74 40 64 - Fax : 02 97 74 40 05

– **Centre de formation de Cazalens**

81600 Brens

Tél. : 05 63 57 05 15 - Fax : 05 63 57 03 66 – E-mail : cfp81@mfr.asso.fr

Pour connaître l'adresse des autres MFR, il suffit de s'adresser à l'Union nationale des Maisons Familiales Rurales (Tél. : 01 40 01 12 12.)

– **Educatel**

76025 Rouen cedex

Tél. : 02 35 58 12 00 ou 02 35 58 12 12

Centres proposant une formation au Brevet de compagnon toiletteur d'animaux domestiques option canine :

– **Centre de Formation d'Apprentis de l'Artisanat (CFAA)**

21 rue Joseph Angot

68200 Mulhouse

Tél. : 03 89 33 18 94 ou 03 89 33 18 90 - Fax. : 03 89 42 16 43

Contact : D. WEBER (le lundi après-midi au 03 89 59 53 21)

Ce centre peut fournir des renseignements sur les autres centres existant en France.

– **Association des Centres de Préformation Méditerranéens (ACPM)**

590 Chemin Franca - Les côtes du Plan

83190 Ollioules

Tél. : 04 94 63 35 68 - Fax. : 04 94 63 75 71

Contact : B. GOSSA

– **Centre de Formation Apprentis des Métiers d'Art Coiffure et Mode – École Romain Rolland**

21 boulevard Guérin

13600 La Ciotat

Tél. : 04 42 08 48 30 ou 04 42 08 88 83 - Fax. : 04 42 08 02 83

Contact : D. NAPPO

– **École Supérieure de la Chambre des Métiers**

9 rue Diderot

62000 Arras

Tél. : 03 21 21 29 50 - Fax. : 03 21 23 58 13

Contact : J. VION

– **Centre de formation des apprentis de l'artisanat - Université communale de Levallois-Perret (CFAA-UCLP)**

101 rue Rivay

92300 Levallois-Perret

Tél. : 01 47 39 29 33 - Fax. : 01 47 39 00 02

Contact : B. LADREYT

– **CFA - Cité de la formation professionnelle (CFP)**

Allée des Tabacs – BP 205

47200 Marmande

Tél. : 05 53 76 04 01 - Fax. : 05 53 20 92 80

Contact : V. COUDERT

– **Etablissement Public Local d'Enseignement Agricole des Combarilles (EPLEA) – Centre National de Formation d'Apprentis**

Avenue de la Gare

63390 Saint Gervais d'Auvergne

Tél. : 04 73 85 72 84 - Fax. : 04 73 85 83 10

– **MFR**

50 rue des Quinze fusillés

61400 Mortagne au Perche

Tél. : 02 33 85 28 28 - Fax. : 02 33 85 28 36

Contact : N. FONTAINE

Liste non exhaustive et forcément incomplète de centres proposant des stages de formation au métier de toiletteur :

– Stage de toilettage du Syndicat national des éleveurs de chiens et de chats de race

Le Syndicat national des éleveurs de chiens et de chats de race organise en 1989, des stages pour devenir toiletteur. Ces stages se déroulent au centre de formation professionnelle et de promotion agricole pour adultes de Saint Laurent à Charleville Mézières (Ardennes). Pour tous renseignements concernant le contenu du stage, s'adresser à :

Mme CHEVALAY

118 avenue du Général Leclerc

54000 Nancy

Tél. : 03 83 55 52 72

Sinon, pour l'organisation matérielle, contacter :

CFPPA de Saint Laurent

08090 Charleville Mezieres

Tél. : 03 24 57 45 89

– La Cité de formation professionnelle de Marmande

Tél. : 05 53 76 04 03 ou 05 53 76 04 00

La Cité de formation professionnelle de Marmande organise une formation pour adultes. Cette formation est assurée en collaboration avec le Syndicat National des Professionnels du Chien. Ce stage enseigne en alternance sur 1 135 heures le toilettage et la gestion.

– A'NONOS Toilettage

14 avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny

92100 Boulogne Billancourt

Tél. : 01 46 04 67 95

Cet établissement offre des stages pratiques de formation au métier de toiletteur, ouverts à tous, à partir de 18 ans.

La durée du stage est de trois mois. Il se déroule du lundi au samedi inclus de 9 heures à 18 heures. Le coût est d'environ 1 830 euros. Il y a possibilité de prise en charge par les Assedic, le Fongecif, ou dans le cadre de l'AFR... Une attestation de fin de stage est délivrée. Comme plusieurs sessions se déroulent dans l'année, il est préférable de consulter le centre pour le calendrier des stages.

– Centre de formation nantais de toilettage (CFNT)

2 place Sainte Elizabeth

44000 Nantes

Tél.: 02 40 35 75 05

Ce centre dirigé par Mme RAFFIN propose soit des stages de formation continue de 3, 4, 6 ou 9 mois composés à la fois de travaux pratiques de toilettage (coupes, tontes, épilations), de cours (comptabilité, gestion) adaptés à un futur responsable de salon, ainsi qu'une initiation à la médecine animale assurée par un vétérinaire (325), soit des stages de perfectionnement de un ou deux mois (325).

– **S.A. GIRAULT - Comptoir du toilettage**

10 avenue de la République - BP 204

37302 Joué les Tours Cedex

Tél. : 02 47 73 38 38 - Fax. : 02 47 67 08 24 - e-mail girault@dogcat.com

contact V. de REGT

– **CFA de Bel Air**

Annexe de l'Oustal - 3 avenue du Manet

78180 Montigny le Bretonneux

Tél. : 01 30 43 69 10 - Fax. : 01 30 43 85 69

– **Audreco Formation**

59 rue Nationale

75645 Paris Cedex 13

Tél. : 01 44 24 81 95 - Fax : 01 44 24 13 46 - Minitel 3615 Audreco (0,34 euros/mn)

Des renseignements pour la formation au handling s'obtiennent par téléphone au 01 44 24 36 71.

L'ONISEP publie des guides regorgeant d'informations sur les métiers, les filières, et les formations dans tous les domaines. Les différentes formations liées au chien sont traitées dans les documents : « S'occuper d'animaux », « Environnement », et, « Nature et sport ». On peut les commander sur le site www.onisep.fr ou à la librairie ONISEP.

– **Librairie ONISEP**

168, bd du Montparnasse

75014 Paris

Tél. : 01 43 35 15 98

– **ONISEP**

12 mail B.-Thimonnier

77423 Lognes-Marne la Vallée

Tél. : 01 64 80 35 00 - Fax : 01 64 80 35 36 – Minitel : 3615 ONISEP

– **Service Diffusion de l'ONISEP**

BP 86

77423 Marne-la-Vallée cedex 2

Tél. : 01 64 80 38 03

Club des jeunes présentateurs de France

M. et Mme CHRISTIN - Les Fontenelles

61120 Les Champeaux en Auge

Tél. : 02 33 35 19 28