

élevages et collectivités

la qualité sanitaire des chiots en animalerie

une démarche qualité

Une filière de qualité a été mise en place ces dernières années, de l'amont à l'aval, pour vendre dans certaines animaleries des chiots en bonne santé.

Jusque récemment, la qualité sanitaire des chiots en animalerie laissait souvent à désirer. Les conditions sanitaires douteuses, l'absence de réglementation spécifique, le large approvisionnement grâce à des filières d'importation de chiots très jeunes, suivi parfois d'allotements réalisés avec un minimum de précautions sanitaires, généraient fréquemment de graves problèmes de santé des chiots.

- Aussi, la vente de chiots en animalerie avait-elle mauvaise presse auprès de nombreux vétérinaires.
- Face à ce constat, trois grandes sociétés françaises (encadré 1), ont développé une démarche de qualité. Cette démarche implique une mise à la vente de chiots issus d'élevage sélectionnés, la formation des personnels d'élevage et d'animalerie, l'implication des vétérinaires à toutes les étapes de la chaîne, le suivi médical et juridique des animaux si une difficulté est rencontrée après la vente.
- Elle a conduit à la création en mars 2008 d'un syndicat, le S.I.P.A.C. (Syndicat Interprofessionnel de l'Animal de Compagnie) : la promotion de la qualité en animalerie est un des principaux objectifs (encadré 2).
- Au-delà des critiques d'ordre éthique, il est intéressant de savoir s'il est possible de proposer à la vente des chiots de bonne qualité en animalerie.

Cet article propose d'analyser le bilan sanitaire des quatre dernières années d'une société française de fourniture de chiots*.

LE CHOIX DE L'ÉLEVAGE

- Les sociétés de courtage qui souhaitent adopter une démarche qualité n'intègrent dans leur circuit de commercialisation que des chiots issus d'élevages canins français sélectionnés : ceci permet d'assurer la traçabilité.
- Un audit technique et sanitaire de l'élevage est d'abord effectué, afin de s'assurer

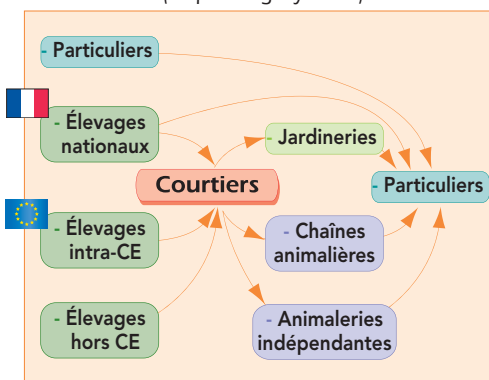


1 Un élevage surpeuplé, manquant d'hygiène ou de bonnes conditions d'épanouissement comportemental ne doit pas être retenu comme source d'approvisionnement de chiots (photo A. Fontbonne).

Encadré 1 - Les entreprises de courtage en animalerie

- Le développement de la vente de chiots en animalerie s'est accru ces dernières années avec :
 - une demande qui a augmenté : à la fin des années 1990, 900 000 chiots étaient vendus ou cédés par an en France, dont 80 000 à 12 000 en animalerie [14] ; ce marché n'a cessé de progresser depuis ;
 - la demande est variable au cours de l'année et liée à une demande accrue pour certaines races, parfois peu disponibles (Bichons, Yorkshire terriers, Bouledogues français, ...) ;
 - de nombreux éleveurs sont réticents à vendre leurs chiots en animalerie.
- De cette difficulté d'approvisionnement est née la profession de "courtier" ou "broker" [17] : ces courtiers jouent le rôle de grossistes-répartiteurs (figure 1). Leur situation est centrale dans cette filière. Certains ont choisi de développer une démarche qualité en s'approvisionnant chez des éleveurs canins français sélectionnés et régulièrement contrôlés.

Figure 1 - Le rôle central des courtiers dans la commercialisation des chiots (d'après Legeay 1999)



Alain Fontbonne
Emmanuel Fontaine
 Service de Reproduction Animale
 E.N.V.A.
 7, avenue du Général de Gaulle
 94704 Maisons-Alfort Cedex

Objectif pédagogique

- Connaître les résultats d'une démarche qualité pour les chiots vendus en animalerie.



Le 1^{er} prix éditorial 2007

NOTE

- * LTS SA, 66 Le Boulou.

Essentiel

- Les sociétés de courtage qui souhaitent adopter une démarche qualité n'intègrent dans leur circuit de commercialisation que des chiots issus d'élevages canins sélectionnés.
- Lorsqu'un élevage est pré-sélectionné, le vétérinaire est contacté, afin de mettre en œuvre les mesures de prophylaxie.

RUBRIQUE