

SOCIÉTÉ

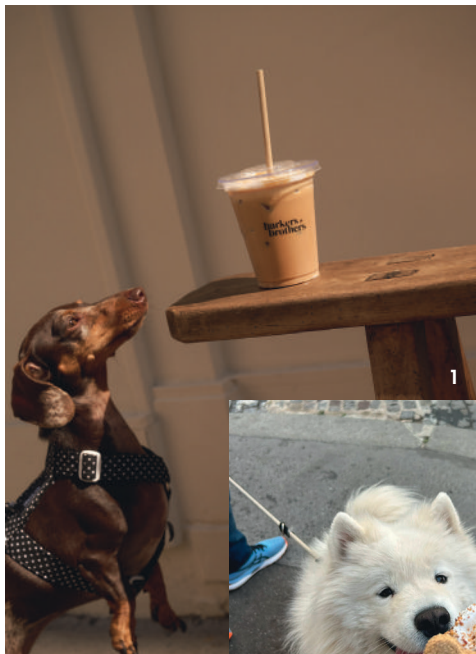


M O N C H I E N E T M O I

UN AIR DE FAMILLE

En dix ans, le chien a quitté le tapis de l'entrée pour s'installer au centre du foyer. Immersion chez ceux qui ne se voient plus comme le maître, mais le parent de leur animal domestique.

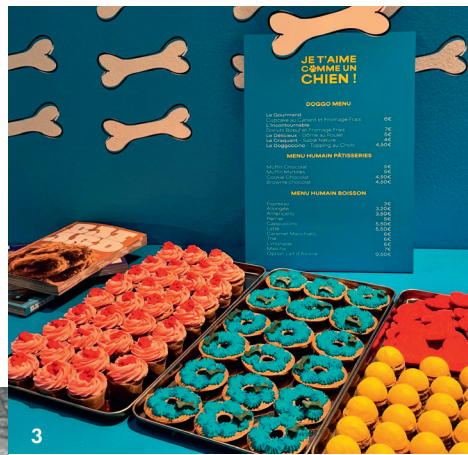
PAR ALISON TERRIEN PHOTOGRAPHE CLÉMENCE LOSFELD



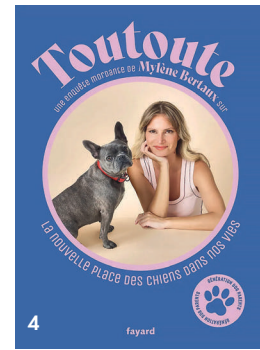
1



2



3



4

1. ET 2. PRODUITS DU
DOG CONCEPT STORE
BARKERS AND BROTHERS.
3. L'EXPO "JE T'AIME
COMME UN CHIEN !"
AU BON MARCHÉ RIVE
GAUCHE, À PARIS, EN
AOÛT. 4. "TOUTOUTE", LE
LIVRE DE MYLÈNE BERTAUX.

pourtant l'unanimité, puisque 84 % des Français déclarent les aimer. Cet amour-là a longtemps prêté à rire. Il y a vingt ans, Paris Hilton trimbailait sa chihuahua Tinkerbell dans un sac Louis Vuitton, et l'émission « Confessions intimes », sur TF1, faisait son miel des mémères à chien, ces femmes seules qui parlaient à leur caniche. La mémère est devenue une dog mum branchée à qui l'on ne vend plus seulement des croquettes. Lunettes de soleil,

imperméables, eaux de toilette... le lifestyle canin est devenu un rayon. Aigle a lancé à l'automne 2025 une collection canine – 140 euros le trench imperméable –, tandis qu'Hermès a confié les premiers rôles de sa dernière campagne d'accessoires à une bande de chiens.

Dans les parcs canins parisiens, on croirait désormais lire le registre des naissances du 11^e arrondissement, entre Simone, Marcel et Léon, quand on sifflait auparavant Médor et Pistache. Christophe Blanchard, sociologue à l'université Sorbonne-Paris-Nord et maître-chien de formation, y voit l'aboutissement d'un long surinvestissement affectif, dont l'épidémie de Covid a amplifié les effets. « Pour briser la solitude contrainte, un certain nombre de personnes ont pris des chats et des chiens », explique-t-il. L'âge des adoptants, lui, s'est effondré. Le chien arrivait autrefois en bout de course, quand la vie était installée, le couple formé, la maison achetée et les enfants nés. « L'adoption d'un chien, c'était la cerise sur la croquette », sourit Mylène Bertaux. Elle constate que ce sont désormais les milléniaux qui adoptent, et le plus souvent avant tout le reste.

C'est l'histoire de Pauline, 32 ans, qui travaille dans l'industrie pharmaceutique. Sur le dossier vétérinaire d'Utah, son corgi de 3 ans, deux prénoms figurent à la ligne « parents », le sien et celui de Loïc, son conjoint. Ils ont adopté Utah avant de se marier et d'acheter un appartement. Depuis, elle guette les ouvertures canines parisiennes comme d'autres écumant les coffee-shops. Dans la boulangerie du 17^e arrondissement, où elle achète son pain, elle craque souvent pour les friandises en forme d'os posées au coin de la vitrine, 1 euro pièce. « C'est comme si tu achetais un bonbon pour ton enfant. » Elle a surtout ses habitudes chez Barkers and Brothers, dog concept store du 18^e, où elle commande son café et le « puppuccino » du chien, une crème fouettée sans caféine ni sucre qu'Utah avale en trois secondes. ●●●

SIMONE FÊTERA SES 7 ANS EN SEPTEMBRE.

Comme chaque année, le thème est arrêté, le gâteau commandé. La liste des invités ? Bouclée, bien sûr. Sauf que celle que l'on célébrera n'est pas une enfant. Simone est un cocker anglais, pour qui Coline ne reculerait devant aucune excentricité. Et pour cause, la Parisienne de 37 ans, qui travaille dans le marketing, est ce qu'on appelle une « dog mum ». Coline a adopté Simone au sortir d'une rupture amoureuse et, depuis, sa vie tourne autour d'elle. « Je suis complètement gaga de ce chien, c'est d'ailleurs plus qu'un animal à mes yeux, c'est mon bébé. »

Ces dernières années, le chien a quitté la niche pour le canapé, puis le canapé pour la chambre à coucher. Et une génération a cessé de se dire propriétaire. On les appelle « dog mums », « dog dads », on parle de « pet parentalité », de garde partagée. On fête leurs anniversaires, on leur achète des vêtements, on les emmène chez l'ostéopathe. Et parfois, on va jusqu'à leur attribuer des sentiments que l'on aurait autrefois réservés aux humains.

Demandez ainsi à Mylène Bertaux si elle est propriétaire d'un chien et elle vous reprendra aussitôt. La journaliste, autrice de « Toutoute. La nouvelle place des chiens dans nos vies » (éd. Fayard), est la dog mum de Toutoute, une bouledogue française de 4 ans, objectivement magnifique. Tout s'est joué le jour de l'adoption, quand on lui a posé la petite chienne sur le cœur. « Quelque chose de presque inénarrable s'est produit, glisse-t-elle. J'ai eu un attachement maternel à Toutoute. » Elle avait eu un chat avant, Bernadette, mais n'avait rien ressenti de tel. « On dit souvent que les parents n'ont pas d'enfant préféré. Moi, je peux vous dire que si. »

Le phénomène est né aux États-Unis il y a une trentaine d'années, avant de gagner les grandes métropoles, jusqu'à Séoul. Paris n'y a pas échappé. La France compte près de 74 millions d'animaux domestiques, dont 9,6 millions de chiens. Moins nombreux que les chats, ils font

●●● Pour répondre à cette nouvelle demande, tout un écosystème s'est développé. À la Casa del Doggo, boulangerie canine du 16^e arrondissement, les gâteaux portent des noms de pâtisseries françaises. Le Merveilleux, 6 euros, est une douceur au bœuf fruitée à la fraise, le Doggo Bento, gâteau d'anniversaire à commander, coûte 49 euros. La carte prévoit bien quelques boissons pour les humains, mais tout est pensé d'abord pour les chiens. La maison a aussi ouvert un centre de massage et d'ostéopathie. À la crèche Waggy, dans le 14^e, les pensionnaires sont accueillis du lundi au vendredi, de 8 h 30 à 22 h 30, à 10 euros de l'heure. Et à Saint-Chéron, dans l'Essonne, Dog Valley se présente comme un resort canin premium, avec cinq hectares de forêt, des suites individuelles de 10 mètres carrés, une piscine et un jardin olfactif. « Le chien est un produit de consommation comme un autre », résume Christophe Blanchard.

LE COMMERCE NE FAIT PAS TOUT.

Colonel, border terrier de 7 ans, est arrivé chez Hélène Gateau quand elle avait 38 ans. « Je ne voulais pas d'enfants, mais j'avais besoin d'exprimer une forme de parentalité, de prendre soin d'un être vulnérable. J'avais besoin de faire famille d'une façon ou d'une autre, et ça s'est exprimé à travers un chien », raconte la vétérinaire de formation, journaliste et autrice de « Pourquoi j'ai choisi d'avoir un chien (et pas un enfant) » (éd. Albin Michel). Son entourage lui a parlé de simulacre de maternité et elle ne le nie pas. « Le chien est complètement dépendant de nous, comme peut l'être un bébé, il n'y a pas de langage verbal, c'est de la communication corporelle, du regard, du peau à peau, poursuit-elle. Le schéma de la famille nucléaire hétéronormée, le papa, la maman, les enfants, a volé en éclats, et faire famille avec son animal devient une autre facette du schéma. C'est même être profondément humain que de s'attacher à un être vivant qui n'est pas notre propre progéniture. »

Lorsque le couple se défait, le chien fait la navette. Mylène Bertaux et son compagnon se sont séparés « en partie à cause de la charge mentale de la croquette », sourit-elle. « Les problèmes préexistaient, mais ils se sont particulièrement cristallisés à l'adoption de Toutoute. » Depuis, la chienne vit une

semaine chez l'un, une semaine chez l'autre. « On est restés en très bons termes grâce à elle, il y a un vrai projet coparental. » Alors que la natalité française s'effondre, faut-il en conclure que les chiens ont remplacé les enfants ? « C'est un raccourci », tranche la journaliste, qui a superposé la carte des naissances et celle des adoptions canines. Ce sont les mêmes territoires, dit-elle. Là où l'on fait le plus d'enfants, on adopte aussi le plus de chiens. L'adoption grimpe en revanche plus vite là où l'on se sent seul, dans les grandes villes notamment.

Reste à savoir où commence l'excès.

Simone a sa penderie, ses snoods pour protéger ses oreilles et coûte à Coline 200 euros par mois. « Mes amies me disent que j'en fais trop, mais j'ai vraiment du mal à ne pas la gâter. » Mylène Bertaux, elle, a trouvé sa limite à ses dépens. « Je lui ai acheté un pull en laine, qui m'a coûté la peau des fesses, elle ne l'a mis qu'une fois parce que la laine, ça gratte tout le monde, même les chiens. » Hélène Gateau redoute surtout les faux besoins. « Il faut faire attention aux excès d'anthropomorphisme, prévient-elle. Un chien n'a pas besoin d'un puppuccino, mais de se dépenser, de

courir avec d'autres congénères. » Pour certains, « avoir un chien devient un faire-valoir pour créer un compte Instagram, décrocher des partenariats », pointe-t-elle, prenant pour exemple la « teckel mania » qui a déferlé en France ces dernières années. « L'objectif, poursuit-elle, c'est d'avoir le chien le plus original possible, avec une robe de couleur arlequin, des yeux vairons ou bleus, et de le mettre en scène sur les réseaux sociaux. » Derrière la tendance, elle craint déjà la prochaine vague d'abandons.

Loin de cette problématique, aux États-Unis, la start-up Loyal a levé 250 millions de dollars pour développer un comprimé censé ralentir le vieillissement cellulaire et prolonger l'espérance de vie des chiens. Si un tel traitement devait arriver un jour sur le marché français, Coline assure qu'elle n'hésiterait pas à payer pour Simone. « Je sais qu'elle ne vivra pas des décennies. Mais cet amour-là est tellement inconditionnel que si je pouvais en profiter quelques années de plus, je les prendrais. » ●

À la Casa del
Doggo,
le Merveilleux,
6 euros, est une
douceur au bœuf
fruitée à la fraise.



DÉLICE CANIN DE LA
CASA DEL DOGGO.



LA DOG VALLEY,
AVEC BAINS-
PÉDICURE VAPEUR
ET SUITE.