



MASTER SCIENCES SOCIALES

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

L'alimentation actuelle des animaux de compagnie en France

Présenté par :

Léa Cochin

Année universitaire : **2016 – 2017**

Sous la direction de : **Laurence TIBERE**



MASTER SCIENCES SOCIALES

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

L'alimentation actuelle des animaux de compagnie en France

Présenté par :

Léa Cochin

Année universitaire : **2016 – 2017**

Sous la direction de : **Laurence TIBERE**

« L'ISTHIA de l'Université de Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à l'auteure ».

« Je n'ai pas besoin de me marier. J'ai trois animaux à la maison qui remplissent le même rôle qu'un mari. J'ai un chien qui grogne le matin, un perroquet qui jure l'après-midi et un chat qui rentre tard dans la nuit. »

Marie Corelli

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier Madame Laurence Tibère pour son accompagnement tout au long de la construction de ce mémoire, ainsi que pour ses conseils avisés et ses encouragements.

Je tiens également à remercier l'ensemble du corps enseignant de l'ISTHIA pour leurs cours qui ont permis d'étayer ma réflexion et mes connaissances tout au long de l'année. Je souhaite également remercier les personnes qui ont accepté de s'entretenir avec moi, de m'avoir consacré du temps et de s'être livrées sur des thématiques touchant parfois à leur intimité.

Je remercie aussi tout particulièrement mes camarades de Master en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation pour leurs conseils et les critiques constructives faites à propos de mon travail et pour leur soutien moral. J'adresse plus spécifiquement mes remerciements à Vincent Laugel, qui m'a épaulé tout au long de cette année et qui a su m'encourager dans ma démarche.

Enfin, je remercie mes parents, qui m'ont poussé à tenir mes échéances et qui m'ont soutenu lorsque je doutais.

INTRODUCTION GENERALE	9
PARTIE 1 - CADRAGE THEORIQUE.....	11
CHAPITRE 1 – LA RELATION HOMME-ANIMAL	12
I. Définition des frontières entre l’humanité et l’animalité.....	12
II. Processus de domestication	13
III. La place de l’animal dans les religions	14
IV. L’animal dans la philosophie orientale	17
V. Changement du statut de l’animal dans les sociétés occidentales	21
CHAPITRE 2. UNE VISION ANTHROPOCENTREE DE L’ANIMAL.....	27
I. Processus d’anthropomorphisation de nos relations aux animaux.....	27
II. Les français et leur passion pour les Pets.....	30
CHAPITRE 3. ETUDE DE DEUX CAS PARTICULIERS.....	37
I. Evolutions historiques du chat, entre passion et désaveux.....	37
II. Le chien, meilleur ami de l’homme ?	41
PARTIE 2 - HYPOTHESES.....	45
CHAPITRE 1. PROBLEMATISATION.....	46
CHAPITRE 2. HYPOTHESE N°1 : TRANSFERT DES REPRESENTATIONS	48
I. Sous-hypothèse n°1 : Il y a une attention accrue apportée à la composition et à la qualité des aliments pour animaux.	49
II. Sous-hypothèse n°2 : Dans l’alimentation humaine comme dans la Pet Food, les aliments classés « bas de gamme » sont perçus comme vecteur de mauvaise santé pour les animaux.	52
CHAPITRE 3. HYPOTHESE N°2 : MIMETISME DES CHOIX DE CONSOMMATION	56
I. Sous-hypothèse n°1 : Les propriétaires d’animaux qui consomment une alimentation biologique les nourrissent également avec de la nourriture biologique.....	57
II. Sous-hypothèse 2 : Les personnes qui adoptent un régime végétarien donnent une alimentation végétarienne à leurs animaux de compagnie.	59
PARTIE 3. METHODOLOGIE PROBATOIRE.....	63

CHAPITRE 1. LES OUTILS DE COLLECTE	65
I. La méthode qualitative.....	65
II. La méthode quantitative	67
CHAPITRE 2. METHODOLOGIE PROBATOIRE POUR L'HYPOTHESE 1.....	69
I. Choix de la population cible et captation.....	69
II. Présentation de l'outil et traitement des données	70
CHAPITRE 3. METHODOLOGIE PROBATOIRE POUR L'HYPOTHESE 2.....	75
I. Choix des populations cibles et captations	75
II. Présentation des outils et traitement des données	78
CONCLUSION GENERALE	83
BIBLIOGRAPHIE	85

Introduction générale

Pour mon mémoire de première année, je souhaitais traiter un sujet, étudier un public généralement peu abordé dans le domaine de l'alimentation. Je me suis alors questionnée sur l'alimentation des personnes ayant un handicap mental, ainsi que des personnes en milieu carcéral, qui vivent en institution et dont l'alimentation dépend d'un tiers. Puis, dans l'idée d'étendre ma réflexion à d'autres formes de relations entre personne nourricière et personne nourrie, je me suis questionnée sur la relation nourricière qui existe entre les hommes et les animaux domestiques. En effet, dans l'alimentation de ces animaux, l'acte d'achat est pratiqué par un individu, que nous désignerons comme l'acheteur, mais le produit n'est pas consommé par ce dernier puisqu'il est destiné à nourrir un animal. Dans ce cas de figure, nous ne pouvons appeler cet animal le consommateur, car il ne mobilise pas de rationalité quand il mange, nous l'appellerons donc le mangeur.

A travers ce sujet, je souhaitais comprendre comment l'acheteur, qui ne peut communiquer verbalement avec l'animal, peut connaître ses préférences voire même ses besoins, comment il les interprète et sur quels raisonnements il fonde ses choix lors de l'achat de nourriture animale. Ici, il semblerait que l'acheteur, ayant une posture nourricière, a la responsabilité d'assurer la santé de l'animal sans forcément en connaître les réels besoins nutritionnels. Sur quels processus cognitifs se base alors cet acheteur lorsqu'il s'approvisionne et nourrit cet être tiers qu'est l'animal ?

Tout au long de notre démarche d'enquête, nous nous focaliserons sur la catégorie des animaux de compagnie, et plus exactement sur les chats et les chiens, qui semblent être les deux espèces les plus ciblées par l'industrie de l'alimentation animale, et les plus représentées dans les foyers français après les poissons. Précisons également que nous limiterons notre étude au cas de la France, qui semble être l'un des pays qui possède le plus de chats et de chiens dans les foyers. De plus, c'est le pays qui semble entretenir les liens les plus

forts, voire passionnels avec ces animaux, ce qui en fait un sujet d'étude très riche.

Nous tenterons donc, dans un premier lieu, de comprendre l'évolution historique des liens que les humains entretiennent avec les animaux et la place particulière qui a été faite aux chats et aux chiens. Puis, nous resserrerons le cadre de nos recherches à l'échelle de la France, afin d'analyser les liens particuliers qu'entretiennent les français avec leurs animaux de compagnie, la place qu'ils occupent dans les foyers et leurs rôles dans la société. Le but sera de comprendre ce que ce lien affectif implique dans les comportements des français envers les chats et les chiens, comment ils mobilisent leurs représentations humaines pour répondre aux besoins perçus de ces animaux et plus précisément, comment ils les nourrissent. Ce mémoire s'intéressera donc plus spécifiquement à l'alimentation animale, ici appelée Pet Food, actuellement proposée par les industries agro-alimentaires, principaux acteurs de cette filière, et aux choix qu'opèrent les propriétaires d'animaux pour les nourrir.

Partie 1 - Cadrage théorique

Chapitre 1 - La relation homme-animal

I. Définition des frontières entre l'humanité et l'animalité

Par définition, est animal tout organisme vivant, multicellulaire et eucaryote¹, caractérisé par son hétérotrophie² et sa motilité³. Les animaux doivent donc se procurer des matières organiques dans le milieu où ils évoluent. L'homme fait donc lui aussi partie de cette catégorie, mais il se distingue par certains points : il a la capacité de comprendre les phénomènes naturels qui constituent son environnement, et peut ainsi l'envisager comme un ensemble de ressources dont il dispose pour se nourrir. L'homme peut ainsi façonner et adapter son environnement à ses besoins, de manière à accroître son état de sécurité et de confort.

Cependant, chaque société entretient un rapport spécifique à son environnement, et établit un ordre auquel elle appartient ainsi que des codes qui régissent les rapports entre individus eux-mêmes et entre individus et nature. D'après P. Bonte (2012, p70) « *L'homme organise le classement du règne animal en fonction d'une vision cohérente et holiste [...], se fondant sur des propriétés sensibles qu'il a identifiées dans le monde animal qui l'environne* ». C'est pourquoi les frontières entre animalité et humanité sont en perpétuelle redéfinition et varient selon les cultures.

Ici, nous nous intéresserons aux sociétés modernes, où le modèle naturaliste est dominant. Ce modèle de pensée tente d'objectiver la nature afin de rattacher les humains et non humains par leur corporalité mais de les distinguer par leurs capacités culturelles, ce qui renforce la discontinuité entre animalité et humanité. En effet, « *Dans nos sociétés, nous avons besoin de faire une distinction stricte entre l'humanité et l'animalité, et d'intérioriser cette distinction, ainsi que de créer une hiérarchie dans laquelle l'homme est au dessus* » (Fischler, 1990, p131).

¹ Le terme eucaryote désigne tous les organismes qui possèdent un noyau et des mitochondries dans leurs cellules.

² L'hétérotrophie est la nécessité pour un organisme vivant de se nourrir de matières organiques exogènes.

³ La motilité est la capacité physiologique d'un corps à se mouvoir.

II. Processus de domestication

C'est vers moins 8500 ans avant J.C au Moyen Orient, que l'homme commence à élever et domestiquer des animaux. Selon P. Bonte (2012, p67), la domestication est « *l'incorporation de l'animal dans l'espace humain* ». Il s'agit d'un échange entre une espèce animale et une société humaine, dont découlent des interrelations et une forme de dépendance. Dans un système domesticatoire, l'homme doit assurer la nourriture, la sécurité et la reproduction de l'animal, qui fournit à l'homme des ressources et de l'énergie. Un animal domestique se caractériserait donc par le fait qu'il soit « *utile, d'un entretien facile, se reproduisant aisément et surtout appréciant le confort et la compagnie humaine.* » (Galton, 1865)

L'homme créer ainsi une relation de pouvoir sur ces animaux et va pouvoir se détacher des aléas naturels et évoluer dans un environnement lui procurant sécurité et nourriture (Perlès, 2007). Les animaux domestiques sont par la suite exploités à de nombreuses fins et la notion d'animal de rente⁴ émerge. Ainsi, les bovins et les chevaux prêtent leur force de travail pour le transport, la tractation et les travaux agricoles ; produisent du lait et de la viande et leur peau est transformée en cuir.

En France dès la fin du XVIIIème siècle, et avec la Révolution industrielle, cette exploitation animale va se démocratiser, et la population d'animaux domestiques va croître avec l'élevage qui s'intensifie. Les relations aux animaux, qui deviennent spécialisés et sélectionnés en fonction de leur utilité, s'instrumentalisent. L'homme rompt alors la relation d'échange avec l'animal qui est perçu comme un outil de travail, laissant place à une relation qui sert uniquement son intérêt. Avec l'idéologie industrielle et productiviste, soutenue par la mécanisation, la force de travail des animaux est remplacée par des machines. Ils sont alors uniquement utilisés pour les ressources produites de leur vivant (laine, lait, œufs) et ce qu'ils procurent lors de leur mise à mort (viande,

⁴ Animal élevé pour sa production de denrées alimentaires ou autres-sous produits.

cuir). A la même époque, l'émergence de la zootechnie⁵, qui désigne les animaux domestiques comme des animaux machines, modifie les relations entre les éleveurs et leurs animaux (Porcher et Despert, 2007). En effet, ils doivent exécuter les prescriptions de cette science de l'exploitation animale afin d'optimiser leur production, ce qui induit une mise à distance avec leurs animaux, qui deviennent des choses, une matière première.

Dans cette partie, nous avons pu voir qu'hommes et animaux cohabitent depuis des millénaires, en entretenant des relations oscillant entre proximité et distance, toujours selon des considérations humaines. Il semblerait donc que les relations aux animaux s'établiraient toujours sous la coupe des hommes. D'autres acteurs entrent cependant en jeu lorsqu'il s'agit de définir la place de l'animal dans l'environnement et par rapport à l'homme, dans les représentations sociales. En effet, certaines religions elles aussi prescrivent des conduites à tenir envers les animaux et établissent un ordre ou une hiérarchie entre humanité et animalité.

III. La place de l'animal dans les religions

Selon les religions, l'animal a un statut très différent, allant de l'adoration pour certaines et à l'indifférence pour d'autres. Les animaux ont également un rôle sacrificiel fondamental dans les religions, car ils permettent aux hommes de donner une partie de leurs biens aux dieux afin d'en obtenir les grâces et la bienveillance. Les animaux sacrifiés sont aussi une manière d'évacuer la violence au sein des sociétés et entre les individus ; ils ont donc une fonction cathartique (Chapouthier, 1990).

⁵ La zootechnie est l'ensemble des sciences et techniques mises en œuvre dans l'élevage, la sélection et la reproduction des animaux.

1. [Les religions monothéistes](#)

1.1 [Le christianisme](#)

Selon la Bible, l'homme fait parti d'un règne commun aux autres espèces vivantes mais il est l'aboutissement de la création divine. Dans la Génèse 2, l'homme est le « *prologue de la création du règne vivant, institué ensuite pour répondre à ses besoins.* » (Bonte, 2012, p67). L'homme serait donc, dans la religion chrétienne, au dessus des autres espèces animales, et pourrait les utiliser pour servir ses intérêts. Cependant, la réincarnation existe, ce qui implique qu'un animal puisse se réincarner en homme, et vice versa. Ainsi, l'abstinence de viande semble préconisée, et prend également sens avec le principe de frugalité. Dans l'Ancien Testament, le sacrifice d'animaux était indispensable pour obtenir le pardon de Dieu. La mort de l'animal substituait la mort du pécheur, qui devait renouveler régulièrement cet activité sacrificielle car cette substitution n'était que temporaire. Puis, les sacrifices d'animaux ont cessé lors du sacrifice ultime et final de Jésus Christ, qui était le sacrifice parfait, offert une fois pour toutes.

1.2 [Le Judaïsme](#)

La religion juive considère les animaux comme des créations de Dieu, qui ont donc droit à des égards particuliers. La cruauté envers les animaux est interdite et les hommes doivent avoir de la compassion et de la pitié pour eux. Il y a par exemple un jour hebdomadaire de repos pour les animaux qui travaillent dans la tradition juive, et la chasse est interdite. Ainsi, la consommation de viande est tolérée mais elle doit être modérée et l'abattage doit être ritualisé et sans douleur (Chapouthier, 1990). Les animaux purs sont utilisés dans les rites sacrificiels, qui ont une valeur symbolique et spirituelle très forte. Ces sacrifices permettaient notamment de faire ressentir au sacrifiant, qui avait fauté, ce que subit l'animal qui est en train d'être sacrifié. Cependant, les prières semblent avoir progressivement remplacé ces sacrifices animaux.

1.3 L'islam

Dans le Coran, « *tous les êtres, animaux compris, comparâtrons le jour du jugement dernier* », « *le Prophète a donc voué à l'Enfer ceux qui maltraitent les bêtes et [...] accorde des grâces extraordinaires à ceux qui leurs font du bien, même si ces animaux leurs sont totalement étrangers.* » (Bousquet, 1949). L'islam prescrit aux musulmans la charité aux plus faibles; les animaux étant les plus déshérités, ils doivent leur faciliter l'existence. Ainsi les animaux ne doivent pas subir de souffrances inutiles durant l'abattage, ne doivent pas porter de charges trop lourdes et l'homme doit s'acquitter de sa dette envers les animaux domestiques, dont il a pris la liberté. Dans la religion musulmane, des animaux sont sacrifiés en signe d'adoration, pour se rapprocher d'Allah. Ces animaux sont égorgés afin d'être purifiés et ils ne doivent pas être consommés car ils sont destinés à Dieu.

2. Les religions bouddhiste et hindouiste

2.1 Le bouddhisme

Le respect et la moralité envers les animaux ne sont pas des thèmes mentionnés dans les textes religieux bouddhistes, car la préoccupation zoophile⁶ est intrinsèquement liée aux concepts spirituels. La religion bouddhiste ne fait aucune différence de nature entre les humains et les animaux, mais elle explique juste qu'ils sont à des stades de développement différents (Chapouthier, 1990). Dans la religion bouddhiste, les alimentations végétariennes voire végétaliennes sont encouragées car les animaux sont reconnus comme des êtres sensibles auxquels il faut éviter toute souffrance. Ainsi, les sacrifices d'animaux sont classés parmi les actes les plus nuisibles pour le karma et sont condamnés comme des mauvaises choses.

⁶ Est zoophile toute chose qui a une marque d'intérêt pour les animaux, toute personne qui aime les animaux (Chapouthier, 1990, p16).

2.2 L'hindouisme

Il y a une croyance forte en la réincarnation en homme ou en animal dans la religion hindoue et « *dans le Panthéon, plus aucune frontière ne sépare l'homme de l'animal* » (Chapouthier, 1990, p108). Cependant, les hindous estiment que les hommes sont supérieurs aux animaux de par leur activité rituelle (karman), et parce que les animaux n'ont pas connu la Révélation à leur naissance. Ils considèrent tout de même que les hommes et les animaux ont les mêmes capacités de perception et de raisonnement. Des sacrifices sont malgré tout effectués pour nourrir les divinités afin de renforcer leur puissance pour qu'elles envoient de la pluie aux moments requis (Chapouthier, 1990).

Dans cette partie, nous avons pu voir que les animaux occupent une place ambivalente dans les religions, parfois considérés comme égaux à l'homme, parfois comme êtres inférieurs. L'animal semble cependant être l'intermédiaire récurrent utilisé pour communiquer avec les dieux et en obtenir les faveurs et ces rituels sont de forts vecteurs d'organisation sociale. Les religions sont ainsi des prescripteurs des relations à entretenir avec les animaux et des comportements à adopter envers eux. Toutefois, les grands courants philosophiques se sont également emparés de la question de la place des animaux dans le monde, et de leur statut par rapport à celui de l'homme.

IV. L'animal dans la philosophie orientale

1. Une conception de l'animal-objet

Il s'agit d'un courant de pensée qui attribue à l'homme une valeur supérieure, voire la valeur suprême et qui prône une libération de l'humanité vis-à-vis des contraintes naturelles et des individus les uns par rapport aux autres. Ce courant exclut la considération des animaux et insiste sur la spécificité et les privilèges de l'homme (Chapouthier, 1990).

1.1 Descartes

René Descartes est un physicien et philosophe français du XVII^{ème} siècle, considéré comme l'un des fondateurs de la philosophie moderne et du courant de pensée du mécanisme. Selon la pensée cartésienne, le corps, aussi bien des hommes que des animaux est une machine. Mais l'homme se détache de ce statut de machine car il possède une âme, tandis que l'animal reste objet, dépourvu de conscience et de pensée. Ainsi, Descartes estime que les animaux agissent par automatisme et que leurs mouvements ne sont que des réponses prévisibles à des stimuli extérieurs donnés (Chapouthier, 1990). Cette considération comme machines, comme systèmes matériels, a entraîné des pratiques et comportements abusifs envers ces animaux qui semblaient ne rien pouvoir ressentir.

1.2 Malebranche

Nicolas Malebranche, prêtre oratorien et théologien français est un successeur de Descartes, qui a repris cette théorie de l'animal machine. Selon lui, « *dans les animaux il n'y a ni intelligence, ni âme, comme on l'entend ordinairement. Ils mangent sans plaisir, ils crient sans douleur, ils croissent sans le savoir, ils ne désirent rien, ils ne craignent rien, ils ne connaissent rien* » (Malebranche, 1958, p245). Les animaux ne ressentent pas la douleur car ce n'est pas une caractéristique dont la matière est pourvue. Cette négation de la sensibilité des animaux est soutenue par sa thèse théologique selon laquelle la souffrance est une sanction infligée aux pécheurs. Or, les animaux étant irresponsables, ils sont incapables de commettre des pêchers et ne peuvent donc pas recevoir de punition de la part de Dieu, qui est juste et qui ne punit pas les innocents (Malebranche, 1958).

1.3 Pascal

Blaise Pascal est un physicien, philosophe, théologien français du XVII^{ème} siècle. Il envisage les animaux différemment des hommes tout comme il différencie la nature et la pensée. Ainsi, les animaux qui agissent uniquement

selon leurs instincts dans une situation donnée, par des schémas de comportements qu'ils ne comprennent pas, n'évoluent pas car ils n'apprennent pas d'une situation à l'autre. Blaise Pascal (1651) explique que :

« La nature les instruit à mesure que la nécessité les presse ; mais cette science fragile se perd avec les besoins qu'ils en ont : comme ils la reçoivent sans étude, ils n'ont pas le bonheur de la conserver, et toutes les fois qu'elle leur est donnée, elle leur est nouvelle ».

Au contraire, les hommes sont doués de raison, d'une capacité à comprendre leur environnement et à garder en mémoire ce qu'ils ont appris des situations qu'ils ont vécu. Ils peuvent donc évoluer, apprendre et faire des progrès grâce à leurs expériences empiriques et à la transmission des connaissances d'une génération sur l'autre.

2. Une vision qui tend vers l'égalité homme-animal

Le courant animaliste soutient que les animaux sont des êtres sensibles, capables de souffrir et qui méritent donc d'avoir des droits, d'être considérés et respectés. Certains philosophes ont ainsi soutenu l'idée qu'il existe une continuité entre les sensations, la douleur, le plaisir, et l'intelligence entre les hommes et les animaux. Ils réclament donc un meilleur traitement des animaux et posent le problème éthique que représentent la souffrance et l'exploitation abusive des animaux (Chapouthier, 1990).

1.1. Plutarque

Plutarque est un philosophe, biographe et penseur de la fin du 1er siècle, d'origine grecque. Il estime que manger de la chair était justifié chez les premiers humains car il s'agissait d'une nécessité vitale mais que les individus désormais civilisés, habitant sur des terres cultivées, n'ont plus de raison valable de tuer des animaux pour se nourrir (Plutarque, traduction de 2002). Le philosophe démontre que les animaux, qu'ils soient terrestres ou aquatiques, ont des capacités affectives et intellectuelles. Il dresse également une liste des vertus animales, en opposition à la nature humaine, telles que le courage, l'honneur, l'égalité des sexes, la tempérance et la sobriété (Chapouthier, 1990).

Plutarque reconnaît ainsi implicitement que les animaux sont dotés de raison et de sensibilité, et explique que la différence entre les hommes et les animaux n'est qu'une question de degré, c'est-à-dire une considération quantitative et non pas qualitative des capacités.

1.2. Montaigne

Michel de Montaigne est un philosophe français fondateur des sciences sociales et historiques du XVI^{ème} siècle. Dans ses écrits, Montaigne considère que les animaux sont des sujets qui sentent, pensent et communiquent avec les humains, qu'ils sont doués de raison et possèdent une organisation sociale très structurée (Chapouthier, 1990). L'écrivain remet en cause l'existence d'un propre de l'homme et dénonce le fait que l'homme s'est attribué une place spécifique dans le monde en attribuant des rôles et des statuts arbitraires aux espèces vivantes :

« La manière de naître, d'engendrer, de se nourrir, d'agir, de se mouvoir, de vivre et de mourir qui est celle des animaux est si proche de la nôtre que tout ce que nous ôtons aux causes qui les animent, et que nous ajoutons à notre condition pour la placer au dessus de la leur ne peut relever d'une vision raisonnée » (Montaigne, 1595).

1.3. Rousseau

Jean-Jacques Rousseau est un philosophe, musicien et écrivain suisse du XVII^{ème} siècle. Selon lui, l'homme se distingue de l'animal par sa capacité à se perfectionner tout au long de sa vie grâce aux différentes circonstances qu'il connaît, tandis que l'animal arrive rapidement à ce qu'il sera tout au long de sa vie. Cependant, il reconnaît une nature commune entre l'animal et l'homme car tous deux éprouvent du plaisir et souffrent. De ce fait, l'animal possède lui aussi des droits et les hommes ont une responsabilité de bienveillance envers ces êtres vivants qui partagent ces facultés. Ainsi, Rousseau envisage l'animal comme un lointain cousin de l'homme ou comme un parent pauvre qui, par ses faiblesses, ne mérite pas le mépris et nécessite au contraire de l'attention et de la bienveillance (Rousseau, 1755).

Ainsi, le rapport que l'homme entretient avec l'animal se déconstruit et se reconstruit différemment, en fonction des époques, des sociétés mais aussi de la manière dont l'homme s'envisage et se définit lui-même dans son environnement et par rapport aux autres êtres vivants. Il semblerait que l'ambiguïté de la relation homme animal a toujours existé, certains individus considérant les animaux comme égaux aux hommes en termes de capacités cognitives et de sensibilité et d'autres envisageant les animaux comme de simples systèmes biologiques dénués d'aptitudes similaires à celles des humains.

V. Changement du statut de l'animal dans les sociétés occidentales

Les rôles attribués aux animaux ont beaucoup évolué au cours des dernières décennies, induisant des modifications dans la manière dont les humains se les représentent et ont des interactions avec. Ces évolutions semblent notamment être dues à la modernité⁷ dans les sociétés occidentales et ont un impact tant sur la manière dont les sociétés classent les animaux et sur leurs relations à ces différentes catégories que sur le plan juridique et les préoccupations éthiques liées au bien être animal essentiellement.

1. Evolution du statut de l'animal dans les représentations sociales

1.1. Classification moderne des animaux

1.1.1. Les animaux utilitaires

La catégorie des animaux utilitaires regroupe plusieurs sous groupes. Pour commencer, elle comprend les animaux de rente, qui sont utilisés pour la production de denrées alimentaires et de sous-produits tels que la laine et le cuir. Ces animaux sont aujourd'hui instrumentalisés et désanimalisés, ce qui permet de les considérer comme des choses et ainsi d'en disposer sans préoccupation éthique (Gouabault et Burton-Jeangros, 2010). Ensuite, elle comprend les animaux de laboratoire, qui sont utilisés pour la recherche scientifique (biomédicale, pharmaceutique et cosmétique) et l'enseignement.

⁷ La modernité est, « des modes d'organisation sociales apparues en Europe vers le 17^{ème} siècle, et qui progressivement ont exercé une influence plus ou moins planétaire » (Giddens, 1994).

L'utilisation de ces animaux est légitimée par la nécessité de soigner les humains et de diminuer leurs souffrances : « *l'expérimentation animale est un mal nécessaire, une souffrance que l'on est obligé de produire si l'on choisit de diminuer la souffrance humaine* » (Maillet, 1981).

1.1.2. Les animaux de compagnie

Ce sont les animaux les plus proches de l'homme, qui semble entretenir une relation passionnelle avec, rendant la frontière homme-animal de plus en plus ténue (Gouabault et Burton-Jeangros, 2010). Les animaux de compagnie sont des animaux domestiques dont nos sociétés prospères n'ont plus besoin de la force de travail, passant alors du statut d'animal domestique à animal de compagnie. Ils deviennent alors des animaux oisifs, disponibles pour occuper une nouvelle fonction d'agrément (Blanchard, 2014). Ainsi, on n'attend rien de l'animal de compagnie, « *il a un statut familial, d'hôte, qui l'exclut de toute autre forme de relation* » (Digard et Porcher, 2015). Ces animaux qui se voient attribuer un nouveau rôle et un nouveau statut deviennent alors des membres de la famille, façonnés par leurs maîtres. D'après C. Fischler (1990, p133) « *L'animal a de plus en plus une place et un rôle dans la famille et on lui accorde de plus en plus une individualité et une identité, sans doute même une personnalité : il est devenu sujet.* ».

1.1.3. Les animaux sauvages

Les animaux sauvages sont les plus distants car ce sont les moins dominés par l'homme, ce qui en fait des animaux fascinants et facilement idéalisables, surtout pour les urbains. Les animaux sauvages sont rendus visibles à travers diverses activités humaines : la chasse, qui permettrait de réguler la faune ; les exhibitions dans les zoos où des animaux exemplaires, représentants d'une nature parfaite, sont exposés aux yeux du grand public et les cirques où la nature sauvage des animaux est invisibilisée afin de les intégrer dans la société grâce à leur soumission (Gouabault et Burton-Jeangros, 2010). Les grandes espèces protégées font également l'objet de fortes préoccupations. En effet, les conséquences néfastes de l'activité humaine réveillent une conscience

écologique chez les individus, avec l'envie de rattraper les erreurs commises envers la nature, la question de la réintroduction d'espèces se posant alors.

1.2. *Emergence de nouvelles données dans nos rapports aux animaux*

1.2.1. *La déqualification*

Selon J.L Guichet (2011), le rapport contemporain à l'animal est marqué par un processus de déqualification. En effet, auparavant, les liens entre hommes et animaux étaient déterminés, qualifiés, car ils étaient basés sur un rapport technique et professionnel et avaient lieu dans des contextes de travail. Ainsi, ce rapport aux animaux supposait des connaissances concrètes sur la manière d'interagir et vivre avec eux. Les comportements étaient donc instruits et même si l'homme avait la maîtrise de l'interaction, les animaux étaient actifs dans cette coopération professionnelle. Aujourd'hui, notre rapport contemporain aux animaux serait marqué par l'appivoisement et une co-présence affective voire esthétique. Les rapports entre hommes et animaux deviennent alors indéterminés du fait de l'absence de tâches communes à élaborer. La dimension de partenariat et de réciprocité quotidienne disparaît et l'homme se retrouve dépourvu de compétences dans ses interactions aux animaux.

1.2.2. *La sensibilisation*

Selon J.L Guichet, le rapport homme-animal serait en « *roue libre* », livré uniquement aux représentations car il est moins ancré dans la réalité du quotidien. Ainsi, les connaissances concrètes accumulées sur les animaux et les comportements à adopter en leur présence laisse la place à des dimensions relevant davantage de l'idéologie, de l'imaginaire, voire du fantasmatique. Avant, l'animal apparaissait comme une solution de Dieu aux problèmes humains grâce à leurs apports en nourriture et en énergie. L'homme et l'animal faisaient donc partie d'un ordre global, l'homme étant hiérarchiquement supérieur. Le rôle utilitaire de certains animaux ayant reculé, la douleur et la souffrance qui leurs sont infligées semblent moins acceptables et plus difficiles à justifier.

J.L Guichet explique notamment cette montée de la sensibilité envers les animaux par une montée globale de la sensibilité des hommes vis-à-vis de leur propre douleur.

Ce système classificatoire des animaux, et la montée des préoccupations concernant la souffrance animale ont eu une influence dans les représentations sociales mais aussi dans le droit français, qui tend à suivre ces évolutions.

2. Chronologie des évolutions juridiques⁸

- 1804 : le Code civil considère les animaux comme des objets pratiques.
- 1944 : réforme du Code pénal qui place les infractions envers les animaux en dehors de la catégorie des atteintes faites aux biens.
- 10 juillet 1976 : l'animal est un être sensible qui doit être mis dans des conditions de vie compatibles avec ses impératifs biologiques ; il est interdit d'exercer des mauvais traitements envers les animaux et de les utiliser de manière abusive.
- 1978 : déclaration des droits de l'animal qui responsabilise les humains vis-à-vis des animaux et du respect de leurs droits.
- 22 juin 1989 : les établissements de vente ou de garde d'animaux doivent observer de nouvelles conditions sanitaires et les délais de fourrière sont allongés (interdiction de l'euthanasie directe des animaux perdus ou abandonnés).
- 6 janvier 1999 : l'animal est différencié des choses inertes et les sanctions pénales concernant les actes de cruauté envers les animaux sont alourdies.
- 2002 : charte qui pose les principes selon lesquels : l'animal est un être sensible auquel les propriétaires doivent éviter toute souffrance et ils doivent assumer l'entière responsabilité de leur animal.
- 16 février 2015 : les animaux sont considérés comme des êtres vivants doués de sensibilité. Ils se distinguent donc des autres biens, mais restent soumis au régime des biens dans le Code civil.

⁸ Nadaud, Séverine. La nouvelle donne du droit animalier dans L'évolution des relations entre l'homme et l'animal : une approche transdisciplinaire [en ligne]. Colloque, Paris, 29 novembre 2011.

Ainsi, nous pouvons voir que dans le droit aussi le statut de l'animal évolue, et tend à se rapprocher de celui de l'homme plutôt que de l'objet, devenant alors sujet sensible et digne de respect et de bienveillance. Mais cela se traduit également au niveau de la demande sociale et des représentations collectives.

3. Augmentation des préoccupations du bien être animal

Selon Kjarnes Unni et Lavik Randi (2012, p164), « *la population européenne se préoccupe de plus en plus des animaux, de leur vie et de leur relation à l'être humain* » et le bien être animal apparaît même comme un « *fait socialement désirable en Europe* » (2012, p170). On assiste ainsi à une demande sociale de bien être animal, en particulier pour les animaux d'élevage dont les conditions de vie, de transport et d'abattage préoccupent les consommateurs.

Au-delà de la question des animaux d'élevage, « *l'attention s'est concentrée autour des droits fondamentaux des animaux en tant que sujets ou demi-sujets et de la relation quasi-humaine que les individus entretiennent avec les animaux de compagnie* » (Unni et Randi, 2012, p165). On passerait alors d'une sensibilité animalitaire, fondée sur la protection et la compassion envers les animaux, à une sensibilité animaliste qui considère l'animal comme un individu à part entière et prône l'abolition de l'exploitation animale.

La place que tiennent les animaux et les égards qui leurs sont dus sont ainsi au cœur des problématiques actuelles, avec une croissance de la volonté de tendre vers une reconsidération du statut animal. Cependant, des processus de distanciation apparaissent également dans le rapport homme animal actuel.

4. Facteurs de séparation entre hommes et animaux

Cette distanciation par rapport au monde animal est en grande partie liée à l'urbanisation et à la tertiarisation des sociétés modernes, qui s'éloignent du

monde rural. Il y a donc une perte de contact entre la population qui s'urbanise et les animaux de rente (Unni et Randi, 2012). Cette perte de contact s'est institutionnalisée, avec l'éloignement des espaces à forte présence animale (abattoirs, élevages), pour des raisons sanitaires (Dufour, 2011). Ainsi, l'expérience de la campagne se fait désormais à travers le tourisme, elle est romantisée et la réalité du travail agricole qui s'y déroule est perçue comme dérangeante (odeurs, bruits) (Poulain, 2007). Cette idéalisation de la nature induirait une appréhension de toutes les relations aux animaux à travers le modèle de la relation aux animaux de compagnie car la plupart des espèces désormais côtoyées sont apprivoisées (Digard et Porcher, 2015).

La proximité des animaux familiers et des hommes induit également l'émergence de risques, dans des sociétés modernes qui se caractérisent en partie par la notion d'anxiété. Ainsi, les sphères de la vie quotidienne, jusque là considérées comme sûres, semblent l'être de moins en moins avec la proximité récente de certains animaux. Ces risques se manifestent dans toutes les catégories d'animaux. Par exemple, concernant les animaux de compagnie, la problématique des morsures de chiens émerge et pour les animaux de rente, la crise de la vache folle a été un événement très anxiogène pour les sociétés (Gouabault et Burton-Jeangros, 2010).

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons donc pu voir que le rapport homme-animal est un construit social en permanente redéfinition. Partagée entre différences et similitudes, la société moderne semble avoir renforcé la distanciation et la domination des humains sur la nature et l'animal, en même temps que les connaissances scientifiques actuelles et les pratiques sociales affinent cette frontière entre les deux ordres (Gouabault et Burton-Jeangros, 2010). Dans le chapitre suivant, nous allons voir comment le rapport contemporain des sociétés occidentales avec les animaux familiers se construit et comment se traduit concrètement cette proximité dans les relations à ces animaux, perçus comme si proches des humains.

Chapitre 2. Une vision anthropocentrée de l'animal

I. Processus d'anthropomorphisation de nos relations aux animaux

1. Définition de l'anthropomorphisme

Selon J.P Digard, l'anthropomorphisme est « *la tendance à se représenter les animaux à l'image de l'homme, à leur prêter des qualités, des réactions, des comportements, des sentiments humains, et à se comporter avec eux comme avec des semblables* » (2005, p179). Il s'agirait également d'une réduction de l'altérité animale à des caractéristiques humaines, car on reconnaît une valeur intrinsèque et donc des droits, aux animaux dits supérieurs (Regan, 1983). L'anthropomorphisation est aujourd'hui considérée comme un phénomène social dans les sociétés modernes, du fait de son importance qualitative, qui implique notamment le développement d'un marché économique spécifique. Elle se caractérise principalement par l'intensité des relations entre les maîtres et leurs animaux, des sentiments passionnés et un statut spécifique de l'animal familier souvent décrit comme un alter égo (Gouabault et Burton-Jeangros, 2010).

2. Analogisme avec les enfants

Selon A. Franklin, « les animaux sont assimilés à des personnes, gagnant par là un statut très élevé, et faisant ainsi l'objet d'une attention exagérée (1999, p167). Ces animaux qui deviennent alors des membres de la famille, au même titre que les enfants, sont maternés affectivement et matériellement et éduqués. Les animaux de compagnie sont d'ailleurs décrits comme des substituts pédagogiques : « *dans l'élevage d'un animal familier, l'homme teste sa capacité éducative de façon analogue à la manière dont il interroge son statut d'éducateur parental au travers des réactions d'un enfant à son égard* » (Yonnet, 1985, p217). J.P Digard (2005) évoque également le fait que les animaux, et notamment les chiens peuvent devenir une famille pour ceux qui n'en n'ont pas, comme les couples stériles ; homosexuels ou dont les enfants ont quitté le foyer.

Cet analogisme se manifeste lorsque les maîtres parlent à leurs animaux avec les mêmes intonations qu'avec des enfants, les grondent, interprètent et traduisent leur langage et parlent à leur place. Cette tendance à l'infantilisation entraîne également la création de nouvelles races, toujours plus petites, incapables de se débrouiller en l'absence de leur maître (Chapouthier, 1990). On assiste d'ailleurs ainsi à l'apparition de « pet sitter », qui veillent sur les animaux durant l'absence de leurs maîtres.

3. L'animal, nouvel outil de compensation

3.1. Un palliatif à l'éloignement de la nature

Avec l'urbanisation de nos sociétés, on assiste à un recul et à un éloignement de la nature dans les environnements de vie quotidienne. En effet, comme nous l'avons évoqué précédemment, les mondes urbains et ruraux ne sont plus en contact et les populations urbaines ne côtoient plus les animaux de rente ou sauvages. Cependant, les humains ont besoin d'un contact avec les animaux, ce qui les pousse à rechercher des substituts à cette présence nécessaire qui a disparue (Chapouthier, 1990). Ce contact avec l'animalité se fait donc de manière idéalisée, à travers le seul contact avec les animaux familiers apprivoisés (oiseaux en cage, poissons en aquarium...), qui remplacent l'ensemble des animaux côtoyés auparavant. Mais ils sont peu visibles car cantonnés dans les foyers et sphères privées. Ainsi, même si on assiste à une croissance du nombre d'animaux de compagnie dans les espaces urbains, ces derniers ne permettent pas de compenser pleinement l'absence animale globale (Guichet, 2011).

3.2. L'animal comme nouveau vecteur de stabilité sociale

Depuis les Trente Glorieuses⁹, les sociétés modernes ont beaucoup évolué, notamment en termes de distribution des rôles et statuts sociaux entre les individus, entraînant par exemple des modifications dans les interactions au sein des familles. Cependant, les animaux de compagnie, sortes d'invariants culturels, seraient des supports de continuité, d'ordre et de sécurité dans les

⁹ Période de forte croissance économique et d'amélioration des conditions de vie qu'on connut la plupart des pays faisant partie de l'OCDE entre les années 1946 et 1975.

sociétés industrialisées. Ils permettraient ainsi « *aux familles bouleversées par les changements de rôles et de statuts sociaux de chacun de trouver un substitut cathartique et un délégué narcissique* » (Digard, 2005, p143). Dans ce modèle familial devenu instable, l'animal de compagnie, dont la présence est garantie et sur lequel l'homme garde une prise, devient un repère. A travers le dressage de ces animaux, le père retrouverait le statut de patriarche autoritaire et la mère retrouverait l'amour et l'attachement maternel, qu'ils auraient perdu au cours des Trente Glorieuses. De plus, les animaux de compagnie permettent de combler le sentiment d'isolement et de solitude induit par la modernité, ainsi que la perception d'une insécurité omniprésente. Ils permettent également de compenser des enfances parfois malheureuses et de créer des repères biographiques dans des existences complexes ou au contraire monotones (Blanchard, 2014).

3.3. Fonction de faire-valoir de l'animal

La possession et le dressage d'un animal est une source de pouvoir incontestable pour l'homme, une manifestation directe de sa domination sur la nature. Souvent, ces animaux de compagnie deviennent des miroirs et des faire-valoir pour leurs maîtres. De ce fait, le choix de l'espèce ou de la race de l'animal est une manière de communiquer sur sa propre personnalité, de renvoyer une image choisie : « *la diversité des animaux familiers permet à chacun de trouver celui qui est le plus adapté à l'image que l'individu souhaite recevoir et donner de lui* » (Digard, 2005, p137). Notons qu'il y a une fonction ostentatoire dans le fait seul de dompter des animaux potentiellement dangereux, mais la passion pour les animaux familiers est en grande partie liée au fait que les animaux de compagnie, dont c'est le seul rôle, dépendent de leur maître, ce qui leur renvoie l'image valorisante d'un être supérieur et indispensable. De plus, cette passion pour les animaux traduirait une quête d'intégration sociale, à travers la pratique d'une activité chronophage, partagée par un grand nombre d'individus. Par cette pratique et cet investissement affectif, chacun peut participer à un phénomène collectif populaire (Digard, 2005).

4. Projection de nos besoins et désirs de consommation

Depuis la seconde moitié du XXème siècle, les pratiques pour les animaux de compagnie se calquent sur celles des humains. Cette tendance se traduit notamment par la consommation de services de plus en plus spécialisés et des arguments de vente qui mobilisent des besoins humains pour les appliquer aux produits destinés aux animaux. Selon A.M Brisebare, « *le marché animalier est en pleine inflation et se calque de plus en plus sur celui destiné à l'alimentation, aux soins et même à l'esthétique et aux loisirs des humains* » (2007, p152).

Cette sophistication se manifeste dans le secteur des soins, avec la création de services de gériatrie ; la pose de prothèses pour des animaux malades ou handicapés etc. On voit également apparaître des assurances et des mutuelles qui, sur le même principe que celles destinées aux humains, remboursent les soins vétérinaires. L'entretien dans des salons de toilettage, les consultations chez un psychologue ou encore les séances de spa et d'hydrothérapie sont désormais également accessibles aux animaux familiers. Dans le domaine de la consommation de biens, de nouveaux marchés apparaissent, toujours basés sur le modèle des biens humains (Brisebare, 2007). Ainsi, nos animaux peuvent désormais porter des vêtements ; des colliers ornés de diamants ; les chats peuvent boire du vin spécialement conçu pour eux et les chiens de la bière. Tous ces accessoires et loisirs vont et viennent au fil des modes, et permettent aux maîtres de se distinguer des autres. Les animaux deviennent ainsi des consommateurs par l'intermédiaire de leur(s) maître(s) qui procède(nt) aux achats destinés à leurs animaux (Maitre, 2006).

II. Les français et leur passion pour les Pets

Depuis les années 80, toutes les catégories sociales sont touchées par le phénomène des animaux de compagnie en France. Cependant, cette passion populaire se caractérise aujourd'hui par l'omniprésence de ces animaux. La spécificité du rapport que les français entretiennent avec les animaux de

compagnie se trouve essentiellement dans l'intensité des sentiments exprimés : en 1990, 34% déclaraient être passionnément amoureux de leurs animaux, en les faisant passer devant l'amour, l'argent, la musique et le sport (Digard, 2005).

Cet engouement pour les animaux de compagnie a notamment un impact sur la législation française, qui précise leur place dans la société. De ce fait, en 1998, un statut familial des animaux de compagnie a été proposé au Sénat par Dominique Braye :

« L'animal familier [...] doit être considéré comme un être qui fait partie du groupe humain au sein duquel il vit, et donc comme un être qui accepte, établit et développe une relation avec l'Homme. A ce titre, il participe à l'équilibre de l'homme et fait partie intégrante de son environnement quotidien. Il a des aptitudes particulières aux relations familiales, comme celles qu'entretiennent les membres d'une même famille les uns avec les autres ».

Par la suite, le Livret de responsabilisation rédigé par le ministère de l'agriculture en 2004 rappelle « la place indéniable de l'animal de compagnie dans notre société, dans la ville et son rôle auprès des familles, des enfants, des personnes âgées et des personnes fragiles » (Brisebare, 2007).

1. Principales caractéristiques du marché des Pets

En France, selon l'étude FACCO/TNS SOFRES¹⁰ de 2012, un foyer sur deux possède au moins un animal de compagnie, ce qui représente environ 63 millions d'animaux. Sur le podium, les poissons, dénombrés à environ 35 millions, arrivent en tête des possessions, suivis par les chats qui sont un peu plus de 11 millions (soit 20% des pets) et enfin les chiens dont la population s'élève à 7,4 millions (soit 12% des pets). Suivent ensuite les oiseaux qui sont 6,5 millions et les NAC (Nouveaux Animaux de Compagnie, tels que les rongeurs ou les reptiles) qui représentent 5 millions d'animaux. Ainsi, la France se place au premier rang des pays européens en termes de possession d'animaux familiers et au deuxième rang mondial, derrière les Etats-Unis.

¹⁰ Etude réalisée en France tous les deux ans par la Facco (Chambre Syndicale des Fabricants d'Aliments Préparés pour Chiens, Chats, Oiseaux et autres Animaux Familiers) avec TNS Sofres (Société Française d'enquêtes par sondage, actuellement nommée Kantar TNS).

D'après les statistiques de l'enquête Prom' Animal de 2012¹¹, le marché des animaux de compagnie se divise en trois domaines principaux : l'alimentation, l'hygiène et les soins et enfin les accessoires. Au total, cela représente 4,2 milliards d'euros par an, avec 3 milliards par an pour l'alimentation, 580 millions d'euros pour l'hygiène et les soins et enfin 405 millions d'euros pour les accessoires.

2. Principales caractéristiques des propriétaires

Selon J.P Digard, on observe une possession d'animaux plus importante chez les familles nombreuses, moins chez les couples sans enfant et encore moins chez les personnes seules. Il y a également plus d'animaux de compagnie en campagne qu'en ville et plus dans les petites agglomérations que les grandes. La taille de l'habitat est un autre facteur influant, car il y a plus d'animaux en maison individuelle qu'en grand ensemble. Ces choix sont donc plutôt liés à des choix de mode de vie qu'à la question des commodités, on observe d'ailleurs que les animaux familiers sont davantage présents dans les classes moyennes et modestes.

Ainsi, d'après l'étude FACCO de 2012, la possession d'un animal est fortement liée à la structure du foyer. Par exemple pour les chiens, 44,7% des foyers qui en possèdent sont composés d'au moins 3 membres ; 80,6% habitent dans une maison dont 78,4% avec un jardin. Concernant les chats, 40,3% des foyers sont composés d'au moins 3 membres ; près de 70% des propriétaires vivent en maison dont 67,3% possèdent un jardin. Cette répartition de la possession d'animaux de compagnie dépend également de la nationalité et du sexe de la personne de référence ainsi que de sa CSP. Ainsi, d'après l'enquête BDF 2011 de l'INSEE, davantage de foyers dont la personne de référence est un homme possèdent un animal (49,2% contre 46,8% quand c'est une femme).

3. Focale sur le marché de la Pet Food

3.1 Bref état des lieux

¹¹ Prom'animal. *Le marché français de l'animal de Cie* 2012 [en ligne]. (Consulté le 22.11.2016)

Aujourd'hui en France, il existe quatre principaux circuits de distribution de la Pet Food : les grandes surfaces (57% des ventes en valeur), les animaleries (25,1%), les vétérinaires (12,7%), et les éleveurs (5,2%)¹². Ainsi, la Pet Food représente le troisième rayon le plus important en épicerie et on y trouve environ 300 références. Actuellement, le leader sur ce marché est Mars, qui possède 9 marques d'aliments pour animaux et réalise en moyenne 12% de ses ventes grâce à la Pet Food. J.C Fischler précise d'ailleurs que « *le marché des pet foods est devenu un secteur important de l'agro-alimentaire : le marketing, pour affiner l'offre, étudie les styles de vie des chats et des chiens avec autant de soin qu'il met à disséquer les besoins des humains.* » (1990, p 133).

Les animaux sont de moins en moins nourris avec les restes de table et davantage avec des aliments tout faits spécifiques car leur préparation est rapide, et les portions sont calibrées selon l'appétit de l'animal. D'ailleurs, selon l'enquête FACCO de 2012, 6 propriétaires de chien sur 10 et 8 propriétaires de chat sur 10 utilisaient exclusivement des aliments préparés. Parmi les aliments achetés, ce sont les croquettes qui sont privilégiées car elles sont considérées comme plus pratiques que l'alimentation humide (pâtées), moins chères, plus facile à conserver et adaptées pour une nourriture en libre service tout au long de la journée. Ainsi, le marché de la Pet Food connaît une constante croissance, avec par exemple une augmentation de 3,5% du chiffre d'affaire global du secteur entre 2013 et 2014. La diversité de produits continue également de croître, avec une tendance générale à la sophistication, à la segmentation¹³ et aux portions individuelles et spécialisées.

[3.2 Une alimentation qui suit les tendances humaines](#)

¹² DE LEGGE, Eric. *Le marché du Pet Food, les aliments pour chiens et chats, est dominé par nestlé et mars [en ligne]*. 24 septembre 2008. Disponible sur : <http://www.journaldunet.com/economie/agroalimentaire/enquete/le-marche-du-pet-food-les-aliments-pour-chiens-et-chats-est-domine-par-nestle-et-mars/les-industriels-du-pet-food-se-lechent-les-babines.shtml> Consulté le 17.11.2016)

¹³ La segmentation est le découpage d'un marché en sous ensembles (segments) homogènes et distincts selon des critères quantifiables (âge, sexe) communs.

Les grandes tendances actuelles de la Pet Food semblent être les mêmes que celles de l'alimentation humaine. En effet, aujourd'hui le discours ambiant fait la promotion d'une alimentation saine, diététique et raffinée, ainsi que des aliments plaisir, de grignotage, en portions individuelles à emporter. Par exemple, depuis 10 ans, l'aspect naturel est un fort levier de croissance (mis en avant sur 79% des produits lancés en 2014)¹⁴. Les consommateurs semblent être de plus en plus exigeants, tant pour leur propre alimentation que celle de leurs animaux de compagnie, avec une montée de la question de l'éthique, des normes de production et d'un contrôle de qualité. En miroir quasi parfait des grandes tendances humaines, la Pet Food propose donc actuellement des plats individuels tout prêts, des produits diététiques, gourmands et naturels ou encore issus de l'agriculture biologique, voire végétariens¹⁵.

Ce que nous donnons à manger à nos animaux de compagnie reflète donc nos modes de vie¹², et la Pet Food doit d'ailleurs appliquer les mêmes normes de qualité que pour l'alimentation humaine afin qu'elle soit propre à la consommation. La différence se trouve dans les morceaux de viande choisis qui sont, la plupart du temps, des abats délaissés par les hommes.

[3.2.1. Une alimentation médicalisée](#)

Aujourd'hui, ce sont essentiellement les aspects de la nutrition et de la santé qui sont avancés par les industriels de la Pet Food. D'ailleurs, 48 % des Français éliraient la santé comme critère de choix (Blanchard, 2014). Pour répondre à cette tendance, les marques lancent des produits spécifiques à chaque race de chat et de chien, qui les prémunissent des maladies qui leurs sont inhérentes. De plus, les aliments sont adaptés à l'âge de l'animal (junior, sénior) et à son niveau d'activité physique. Des gammes existent également pour animaux stérilisés ou castrés, pour éviter la prise de poids et éviter les dérèglements hormonaux. D'autres innovations apparaissent aussi pour garantir

¹⁴ BOUCHER, Stephen. 'Bio', 'healthy', 'premium' : rien n'est trop beau pour nos chiens et chats ? [en ligne]. 13 juillet 2015. Disponible sur : <http://www.consoglobe.com/bio-chiens-et-chats-cg> (Consulté le 30.10.2016)

¹⁵ CADOUX, Marie. *Pet Food : les chiens et chats, des consommateurs (presque) comme tout le monde* [en ligne]. 01 avril 2015. Disponible sur : <http://www.lsa-conso.fr/petfood-les-chiens-et-chats-des-consommateurs-presque-comme-tout-le-monde,205519> (Consulté le 30.10.16)

aux chats et chiens une bonne haleine et des dents en bonne santé, une peau saine et des poils brillants ou encore une bonne digestion grâce à la présence de céréales (près de 50% des composants des croquettes)¹⁴.

L'alimentation des animaux semble ainsi, comme pour l'homme, être perçue comme un vecteur de santé et de longévité. Certains produits de la Pet Food peuvent d'ailleurs même être qualifiés d'aliments ou d'aliments thérapeutiques, comme dans l'alimentation humaine. Cependant, il semblerait qu'il y ait une confusion avec les recommandations faites pour l'alimentation humaine, notamment sur la question des fibres (May, 2015)¹⁴.

3.2.2. Un marché du plaisir

En parallèle de ce marché de la santé, de cette offre médicalisée, le marché de l'alimentation plaisir est en plein essor. Ainsi, une offre de produits de « snacking » (grignotage) est mise sur le marché, à l'image de la consommation humaine. Dans les rayons, une large gamme de biscuits, de friandises et bonbons, de barres à mâcher est disponible. Cette notion de plaisir est en partie soutenue par la sophistication de la Pet Food, avec l'apparition de coffrets traiteur, d'aliments premium ou encore de plats issus de recettes de chefs, pour des animaux dits gourmets et exigeants.

Sur ce marché, les producteurs semblent jouer avec l'affection que les maîtres portent à leurs animaux, en les incitant à leur proposer une alimentation variée, des produits plaisir qui sortent du quotidien etc. Il s'agit d'une exploitation des représentations anthropomorphiques des besoins des animaux pour vendre, et d'une utilisation de l'amalgame « *amour = nourrissage et défaut de nourrissage = absence d'amour* ». Les producteurs jouent ainsi sur le sentiment de culpabilité des maîtres, qui donneraient une alimentation monotone à leurs animaux. Il y a donc une incitation à varier l'alimentation, alors que les carnivores tels que les chats et les chiens peuvent se contenter d'un seul aliment toute leur vie, pourvue qu'il leurs conviennent (Digard, 2005, p198).

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons vu que dans nos rapports à nos animaux, nous investissons une grande part de nos considérations et représentations humaines. C'est d'autant plus le cas avec nos animaux de compagnie, anthropomorphisés à l'extrême, tant dans les intentions et besoins que nous leur prêtons que dans les produits que nous leur achetons. La France a un rapport spécifique aux animaux de compagnie, du fait de l'intensité de ce lien passionnel, ce qui a un impact sur l'offre de la Pet Food. Ainsi, cette offre calque aujourd'hui une partie des grandes tendances de l'alimentation humaine, même si ces dernières vont à l'encontre des besoins biologiques naturels des animaux. C'est essentiellement le cas pour les chats et les chiens, qui sont les animaux les plus anthropomorphisés dans notre société et qui font partie des animaux les plus présents dans les foyers français. C'est pourquoi, dans ce troisième chapitre, nous allons nous intéresser plus particulièrement aux cas respectifs du chat et du chien, en retraçant leurs parcours domesticatoires et la place que chacun a occupé dans les différentes sociétés, selon les époques. A travers ces deux trajectoires, nous verrons les représentations sociales associées à ces deux animaux et l'évolution du rapport que l'homme a entretenu et entretient avec eux.

Chapitre 3. Etude de deux cas particuliers

I. Evolutions historiques du chat, entre passion et désaveux

Les premiers chats sauvages, nommés *Felis Silvestris* sont apparus il y a 1,8 millions d'années en Italie. C'est 7500 ans avant J.C que les premiers chats auraient été apprivoisés par les hommes sédentarisés, dont le stockage des récoltes, qui attirait les rongeurs, a également attiré les chats qui y trouvaient une nourriture abondante. Cependant, le chat est un animal solitaire et indépendant, sa domestication n'allait donc pas de soi. La relation homme-chat semble basée sur des intérêts réciproquement partagés : l'homme assure confort, chaleur et sécurité aux chats, qui lui garantissent la protection des récoltes contre les rongeurs (Walter, 2007).

4. Le chat dans l'Antiquité

4.1 En Egypte

En Egypte, le chat a été domestiqué il y a 2500 ans avant J.C et des peintures murales datant d'environ 1500 ans avant J.C le représentent comme un élément du quotidien des Egyptiens, car il protégeait les silos des rongeurs et chassait les serpents. Le chat était ainsi un objet d'affection, de vénération et avait une place d'honneur dans les palais, notamment pour sa douceur et sa grâce. Le chat est considéré comme un membre de la famille, il est parfumé et des figurines et bijoux sont sculptés à son effigie (Walter, 2007).

Dans l'Egypte antique, ceux qui maltraièrent les chats étaient mis à mort, car les chats étaient considérés comme des dieux et des vengeurs des autres dieux. En effet, le chat est une incarnation de la déesse Bastet, qui symbolise la douceur et la gentillesse, l'amour et la fertilité et elle protège les foyers. C'est également la gardienne de la lumière contre les forces du chaos, c'est pourquoi le chat est associé au soleil à cette époque (Walter, 2007).

Cependant, les prêtres élevaient des chats en grand nombre, pour pouvoir effectuer des sacrifices rituels, mais ils étaient les seuls à pouvoir les tuer.

4.2 En Grèce

Lors de son introduction en Grèce, le chat a été accepté comme animal du quotidien et devint un bien rare et précieux exhibé par les riches. Cependant, « *les Grecs considéraient le chat plus comme une amusante importation exotique que comme un animal utile* » (Walter, 2007, p36). En effet, les grecs avaient déjà recours aux belettes pour la chasse, ce qui explique pourquoi ils n'ont pas tout de suite vu le chat comme un animal utilitaire. Il a cependant rapidement obtenu ce rôle de chasseur car, contrairement aux belettes, il ne s'attaquait pas aux animaux de basse-cour. Le chat fut introduit dans la mythologie grecque à travers la déesse Artémis, qui symbolise la chasse et la lune. Entre 600 et 300 ans avant J.C, les Grecs ont exporté le chat en Crète et Sicile, leurs colonies, en tant que ratier. Grâce à cette exportation, le chat domestique était très présent dans tout l'empire romain à partir du 5^{ème} siècle avant J.C et s'est implanté en Gaule vers le 1^{er} siècle avant J.C (Walter, 2007).

4.3 En Inde et en Chine

En Chine, le chat arriva vers le 5^{ème} siècle avant J.C et fut essentiellement utilisé pour ses qualités de chasseur dans les bâtiments d'élevage de vers à soie. Le chat était associé à des divinités rurales, notamment à la déesse de la terre et des récoltes, mais aussi à la pauvreté. A cette époque, on pensait aussi que le chat éloignait le diable et portait chance à son maître.

Dans l'Inde antique, le chat était très respecté et les moines l'élevaient pour chasser les serpents et les souris. Cet animal, assimilé à la déesse de la fertilité, était le préféré du roi des dieux (*Devendiren*) et des nobles. Ainsi, chaque fidèle était obligé de nourrir au moins un chat sous son toit et celui qui tuait un chat devait se retirer dans la forêt pour se consacrer à la vie des bêtes jusqu'à ce qu'il soit purifié (Walter, 2007).

5. L'histoire du chat en France

5.1 Du Moyen-âge à la Renaissance

5.1.1 Le chat chez les paysans

A cette époque, le chat est un outil de protection des denrées et des récoltes dans les foyers, qui en possédaient tous un. Cet animal qui avait la fonction de ratier devint également un compagnon, qui avait accès à la chambre et au pied de la cheminée, et qui pouvait passer librement de l'intérieur du foyer à l'extérieur. Désormais animal du paysan, le chat devient également le sauveur des populations touchées par la peste, diffusée par la prolifération de rats porteurs entre 1096 et 1291 (Walter, 2007). Pourtant, le chat était également commercialisé pour sa fourrure et sa peau, qui servaient à confectionner des vêtements et des couvertures. Lors des famines, le chat était également consommé, même si c'était avec aversion.

5.1.2 Le chat et la religion chrétienne

L'Eglise a rapidement désapprouvé cette considération pour le chat et condamne alors les rapports affectifs que l'homme entretient avec, car il est considéré comme un rival potentiel de Dieu dans les monastères. Les écrits mentionnent que le chat est hypocrite, flatte pour obtenir ce qu'il désire, est gourmand et paresseux, qu'il a une apparence sensuelle voire érotique. Le chat représente ainsi précisément les péchés capitaux dénoncés par l'Eglise, et renvoie aux rites païens Grecs et Egyptiens. Par la suite, le chat noir devient l'incarnation ou le complice de Satan car c'est un animal nocturne, qui se tapit dans l'ombre pour faire ses mauvais coups. Il est donc le déguisement parfait pour le diable, et cette association se diffuse avec l'essor du christianisme au XI^{ème} siècle.

Le chat fut également associé aux sorcières car il semblait être leur animal de prédilection : il faisait partie des ingrédients récurrents dans les préparations de sorcellerie, il était sacrifié afin de prodiguer aux sorcières ce qu'elles souhaitaient et pour transférer des sorts. Il y avait également une

croissance selon laquelle les sorcières pouvaient se métamorphoser en chat afin d'entrer dans les maisons et tuer les enfants (Walter, 2007).

5.2 Du XVIème au XVIIIème siècle

A partir du XVIème siècle, certains auteurs témoignent leur affection pour leur chat et les contes redorent leur image et les rendent à nouveau sympathiques dans les représentations sociales. De plus, vers 1700, les navires diffusent à nouveau des rats noirs porteurs de la peste, qui prolifèrent à cause du faible nombre de chats. Ils sont alors réinsérés dans les villes et sur les navires. Le chat retrouve une place dans les foyers et l'art montre cette présence quotidienne dans les illustrations de scènes d'intérieur. Le siècle des Lumières donne un nouveau statut au chat, qui est également redoré grâce aux nouvelles races (chat syrien, persan ou angora) qui ont meilleure réputation.

Les hommes politiques appréciaient également la présence des chats, ainsi que les femmes aristocrates qui recherchaient leur compagnie. Le chat trouve également sa place dans les salons, lieux de rencontre des intellectuels, grâce à son caractère placide. « *Avoir un chat dans un salon comme animal de compagnie plutôt que ratier devint ainsi une habitude très répandue et bien établie au milieu du XVIIIème siècle.* » (Walter, 2007, p94). Naît ainsi une relation affective avec le chat, qui apparaît par exemple dans la musique ou les contes pour enfants.

5.3 Le chat aujourd'hui

De nos jours, le chat semble l'animal de compagnie idéal car il nécessite peu de temps de présence et moins d'attention qu'un chien. Il est également plus adaptable à des espaces confinés et c'est un animal propre, qui cadre donc aux modes de vie des sociétés modernes. Le chat est toujours présent dans les chansons pour enfants, apparaît sur les photographies, dans les dessins animés, à la télévision etc.

Cet animal a également une fonction sociale auprès des enfants car il stimule leur kinesthésie, fait apprendre la patience car il ne cède pas toujours

aux attentes et tout en permettant le jeu, il stimule la verbalisation de bribes de phrases lorsque l'enfant échange avec. La présence du chat est aussi utilisée dans le milieu psychiatrique car elle permet de réduire la pression cardiaque et ainsi calmer les tensions nerveuses, c'est un catalyseur d'émotions et de relations et il permet d'humaniser les établissements de soin et d'hébergement (Walter, 2007).

Dans cette partie, nous avons vu que la domestication du chat par l'homme est essentiellement due à ses qualités de chasseur. Aujourd'hui, c'est l'animal de compagnie le plus présent en France, et cela s'explique notamment car il semble s'adapter aux évolutions de nos sociétés modernes, qui s'urbanisent et dont la population vieillit. Nous allons maintenant nous intéresser au parcours du chien, et plus particulièrement aux rôles qu'il a obtenus dans les sociétés occidentales.

II. Le chien, meilleur ami de l'homme ?

1. Début de sa domestication

Le chien est un animal qui, durant la préhistoire, se serait en quelques sortes auto domestiqué. En effet, avec la sédentarisation de groupes de chasseurs au XIIème millénaire avant J.C, il a été attiré par ces campements, et s'est stabilisé autour. Ainsi, le chien est devenu commensal à l'homme et a pu bénéficier de ses restes alimentaires, ce qui a eu des répercussions cognitives et comportementales sur lui et a permis sa socialité avec l'homme (Blanchard, 2014). Le chien est donc la première espèce qui fut domestiquée, notamment grâce à sa capacité à s'adapter physiquement et psychologiquement et a de nombreuses fonctions dans les sociétés humaines.

2. Un animal aux rôles multiples

2.1. Aide aux travaux

Après cette phase de commensalité, l'homme s'intéresse aux intérêts du chien, qui devient une « *poubelle à quatre pattes* » et une aide aux tâches ingrates telles que la défense de biens (troupeaux) ou de personnes, le pistage de gibier ou encore la traction de charrettes pour les commerçants. A partir de la Première Guerre mondiale, le chien est utilisé comme sentinelle, patrouilleur, porteur et télégraphiste. Aujourd'hui encore, certains chiens, nommés chiens d'intervention, sont utilisés pour la recherche de personnes disparues dans des avalanches ou sous des gravats ou pour sauver des personnes de la noyade. D'autres sont également formés pour la recherche de substances illicites, d'armes ou d'explosifs et intègrent les forces armées ou les forces de l'ordre (Maitre, 2006).

2.2. Auxiliaire médical

Depuis les années 70, les chiens sont également utilisés dans différents domaines médicaux car ils permettent une stimulation affective, psychologique, physique... Ainsi, certains sont dressés comme assistants de vie pour les personnes ayant un handicap qui réduit leur mobilité comme les personnes aveugles, d'autres servent d'intermédiaire entre des personnes malades, telles que les autistes, et leur environnement. Les chiens ont également un rôle déstressant qui permet de faire diminuer les angoisses chez certaines personnes, de leur redonner de l'estime de soi ou encore de les socialiser plus facilement. Pour les personnes en voie de guérison après une perte de capacités physiques, ces animaux sont une source de stimulation des sens qui favorise la rééducation. Depuis une vingtaine d'années, le chien est également utilisé comme médiateur social en milieu carcéral.

2.3. Support éducatif

Depuis la deuxième moitié du XIXème siècle, le chien est vu comme un enfant qui ne grandit jamais, et un potentiel support éducatif. Selon P. Yonnet, « *ce phénomène coïnciderait avec une crise de l'éducation dans les sociétés occidentales* ». En effet, « *les animaux familiers, eux, sont tels que l'on voudrait que les enfants soient, obéissants, privatisés autour d'exclusives*

relations, admiratifs, réglés, sans surprise, dépendants [...] et ils resteront leur vie durant » (1985, p218). Ainsi, les parents deviennent ceux d'une « *tribu anthropo-canine* » et les bébés humains et chiens sont élevés d'une manière relativement similaire (Blanchard, 2014). Par exemple, les chiens de petite taille sont portés dans les bras de la même manière que le serait un bébé, ils prennent place autour de la table, sur les genoux de leurs maîtres en voiture ou encore dans le lit. Ces chiens seraient, selon J.P Digard, sur un pied d'égalité avec les enfants, voire en concurrence : « *Leurs besoins naturels (au moins trois fois par jour) sont aussi impérieux que ceux des enfants et rythment la vie quotidienne aussi sûrement que les horaires scolaires* » (2005, p29). Enfin, le chien, et notamment le chiot, peut servir d'exemple pour les enfants, qui se familiarisent avec la maîtrise de l'autorité et forment leurs talents de pédagogues.

3. Statut social actuel

Aujourd'hui, dans nos sociétés modernes, les hommes n'ont plus besoin de la force de travail du chien. Il passe d'animal domestique à animal de compagnie voire membre de la famille, sous l'effet des changements des comportements des humains. Ainsi, en une dizaine d'années il passe d'objet utilitaire à quasi sujet (Blanchard, 2014) et obtient le statut d'animal familial. De ce fait, en France, 52 % des propriétaires de chien considèrent celui-ci comme un membre de la famille, 20 % comme un enfant, 15 % comme un ami et 13% seulement comme un animal (Maitre, 2006).

Actuellement le chien occupe une telle place dans notre société qu'il devient un lien structurant de cette dernière et est perçu comme tel par 76% des français. En effet, il est un « *connecteur social extrêmement puissant* » car il facilite certaines interactions sociales notamment en permettant aux maîtres d'engager la conversation avec d'autres propriétaires (Maitre, 2006). Le chien serait également une « *nouvelle béquille sociale* » qui permettrait de combler le manque affectif et la peur du vide engendrés par la modernité grâce à sa présence rassurante dans les habitudes du quotidien (Blanchard, 2014).

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons pu constater que le chat et le chien sont des animaux qui cohabitent avec les humains depuis plusieurs millénaires, et que cette cohabitation a essentiellement eu lieu car l'homme voyait en ces animaux une aide précieuse pour les tâches du quotidien. Ces animaux auparavant utilitaires perdent leurs fonctions avec la modernité des sociétés occidentales, mais restent présents dans le quotidien des hommes. Ainsi, ils obtiennent un nouveau statut, celui d'animaux de compagnie, qui se résume à la fonction de présence auprès des hommes. Désormais ancrés dans l'intimité des foyers, ils sont de plus en plus les objets de projections anthropomorphiques, ce qui induit une modification de leurs rapports avec leurs maîtres qui les considèrent quasiment comme des sujets à part entière, des membres de la famille. Ce phénomène est d'autant plus présent en France, pays particulièrement attaché aux animaux de compagnie. Ces liens affectifs forts ont, comme nous avons pu le voir, un impact direct sur la manière dont les individus nourrissent leurs chats et chiens, ainsi que sur l'offre de la Pet Food en général.

Partie 2 - Hypothèses

Chapitre 1. Problématisation

Grâce à ce travail de lecture, nous avons pu mieux cerner certains auteurs, notions et courants en lien avec notre questionnement initial, qui était « Comment sont actuellement nourris les animaux de compagnie en France ? ». Dans cette première partie, nous avons pu voir que le rapport homme-animal est complexe et ambivalent, mais surtout qu'il évolue à travers les époques et les connaissances scientifiques produites sur le monde en général, sur l'homme et sa place dans son environnement (Bonte, 2012). Ainsi, les hommes créent des catégories mentales pour classer les animaux, selon la proximité ou au contraire la distance qu'ils entretiennent avec, et se situent hiérarchiquement par rapport à ces catégories. Cette construction de groupes d'êtres vivants non humains induit une différenciation dans la manière dont les hommes envisagent leurs rapports avec, et dont ils se comportent. En effet, les animaux ont des statuts différents selon la catégorie à laquelle ils appartiennent, ce qui a un impact direct sur la considération et les égards qu'ont les hommes envers eux. Chaque individu a des représentations spécifiques et personnelles des animaux, mais nous pouvons observer des tendances générales partagées par les membres d'une société donnée.

Dans ce mémoire, nous avons d'abord présenté l'évolution de la place et du statut des animaux dans les sociétés en général, puis nous nous sommes attachés aux cas des sociétés occidentales modernes et plus précisément à celui de la France. Ainsi, nous avons pu voir comment ces questions de considération envers les animaux se manifestent à différents niveaux dans la société française, et leur évolution historique. Nous pouvons citer ici le cas de la législation, qui définit le statut officiel des animaux par rapport à l'homme et leur attribut aujourd'hui des capacités sensibles, ainsi que la politisation de la question animale avec notamment la création d'un parti animaliste le 14 novembre 2016. La tendance actuelle semble être à la montée des préoccupations des conditions de vie des animaux en général, et plus particulièrement des animaux d'élevage. Elle semble notamment se manifester par une demande sociale globale de bien

être animal, par la médiatisation croissante d'associations de défense des animaux et la diffusion de vidéos révélant la réalité des traitements réservés à certaines catégories d'animaux. Un autre phénomène semble également prendre de l'ampleur en France suite à cette montée des préoccupations vis-à-vis du bien être des animaux : l'explosion de la population d'animaux de compagnie dans les foyers. En effet, comme nous l'avons évoqué plus tôt, cette présence exponentielle des animaux dans les sphères privées des individus semble être en moyen de compenser une forme de culpabilité liée à une prise de conscience générale des traitements infligés aux animaux élevés pour être tués. Ainsi, les liens affectifs construits avec ces animaux de compagnie sont de plus en plus forts et passionnels, et les attentions qui leurs sont portées semblent se rapprocher de celles réservées aux membres humains des familles, et notamment aux enfants (Digard, 2005). C'est pourquoi nous pouvons dire que les biens matériels mis à disposition de ces animaux, les interactions affectives et les conditions d'existence que les maîtres construisent avec leurs compagnons sont anthropocentrés, c'est à dire à l'image de leur vision humaine. Dans cette étude, l'objectif est d'observer dans quelle(s) mesure(s) cette vision anthropocentrée a un impact sur la manière dont les français nourrissent leurs animaux de compagnie, et de comprendre les processus cognitifs sous tendus lors de l'achat, de la préparation et de la distribution de cette nourriture. Pour cela, nous pouvons poser la problématique suivante : **Quelles sont les conséquences de l'anthropomorphisation de nos rapports aux animaux domestiques dans le domaine de la Pet Food aujourd'hui en France?**

Pour répondre à ce questionnement, nous allons poser une première hypothèse qui évoquera les représentations respectives des différents acteurs sociaux de la filière Pet Food, à savoir les propriétaires de chats et de chiens, les vétérinaires et les professionnels de la distribution, à propos de l'alimentation industrielle humaine. Ainsi, nous suggèrerons que ces acteurs de la filière reportent leurs perceptions liées à l'industrialisation de l'alimentation humaine sur la Pet Food. Puis nous proposerons une seconde hypothèse selon laquelle les propriétaires ayant une alimentation ou un régime alimentaire spécifique projettent leurs pratiques de consommation sur la manière dont ils nourrissent leurs animaux.

Chapitre 2. Hypothèse n° 1 : Transfert des représentations

A partir de la fin de la Seconde Guerre mondiale, la France commence une politique de reconstruction et a notamment pour objectif d'augmenter sa production agricole, afin de devenir autosuffisante et de pouvoir exporter une partie des denrées produites. Ainsi, la production agricole s'industrialise, c'est-à-dire que de nouveaux processus et techniques industriels mécanisent et intensifient cette production¹⁶. Cependant, la rationalisation de l'agriculture est remise en cause par certains, qui dénoncent la recherche de profits au détriment de l'éthique, l'éloignement des mangeurs par rapport à leur alimentation ou encore la chosification des animaux d'élevage. L'alimentation industrielle est également critiquée pour les problèmes de santé qu'elle causerait, notamment le surpoids, qui semble en partie lié à une mise à disposition abondante d'une nourriture par exemple riche en lipides et glucides.

De plus, durant les dernières décennies, des crises alimentaires majeures telles que la crise de la vache folle dans les années 90 ou plus récemment le scandale des lasagnes à la viande de cheval sont apparues. Ces événements ont marqué les esprits des mangeurs et ont remis en cause la confiance accordée aux produits industriels. Ainsi, « *la qualité et son contrôle n'ont cessé de croître depuis un siècle, dans la production alimentaire* » (Hubert, 2001). Les consommateurs seraient donc désormais davantage regardants sur la provenance des produits, sur leur composition ou encore les procédés de fabrication. D'après A. Hubert, « *nous assistons là à une recherche de sécurité affective, de besoin de savoir d'où proviennent nos aliments, pour nous assurer qu'ils ont bien grandi dans la terre ou sur le sol herbeux des prairies*¹⁷ » (2001).

Aujourd'hui, la Pet Food aussi est concernée par l'industrialisation, d'ailleurs 6 propriétaires de chien et 8 propriétaires de chat sur 10 utilisaient exclusivement des aliments préparés en 2012¹⁰. Comme nous l'avons vu précédemment, l'entreprise Mars, qui s'est lancée dans la Pet Food à la fin des

¹⁶ Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. *Industrialisation* [en ligne]. 2012. Disponible sur : <http://www.cnrtl.fr/definition/industrialisation> (Consulté de le 25.02.2017).

¹⁷ HUBERT, Annie. *Alimentation et santé : la Science et l'imaginaire* dans *Anthropology of food* [en ligne]. 2001. Disponible sur : <http://aof.revues.org/1108> (Consulté le 25.02.2017).

années 30¹⁸, domine actuellement le secteur avec 9 marques destinées au marché français. De plus, Mme. L, gérante d'une boutique spécialisée pour animaux entretenue à Toulouse le 12 décembre 2016 m'a expliqué que « *l'alimentation des animaux colle vraiment avec nos préoccupations à nous [et elle] correspond à notre mode à nous* ». C'est pourquoi, étant donné l'intérêt récent des consommateurs français pour les produits biologiques et naturels, il semblerait que pour la Pet Food aussi nous ayons « *entamé le truc du côté qualité, anti pesticides, bio tout ça, donc nous on a commencé par l'alimentation bio quoi* ».

Nous pouvons donc poser ici une hypothèse concernant les représentations qui se construisent actuellement autour de l'alimentation industrielle humaine, afin de voir si les différents acteurs sociaux de la filière de la Pet Food perçoivent la nourriture industrielle pour animaux de la même manière. Ainsi, nous pouvons poser l'hypothèse suivante :

Il y a une projection des problématiques liées à l'industrialisation de l'alimentation humaine sur la Pet Food.

En se basant notamment sur les discours obtenus lors des entretiens exploratoires menés, nous pouvons préciser cette hypothèse, en relevant deux tendances qui émergent en réaction à l'industrialisation de l'alimentation : les individus portent davantage d'attention à la qualité des aliments et ils perçoivent les produits « bas de gamme » comme un vecteur de mauvaise santé.

I. [Sous-hypothèse n°1 : Il y a une attention accrue apportée à la composition et à la qualité des aliments pour animaux.](#)

Dans cette partie, nous allons tout d'abord relever les représentations récurrentes qu'ont exprimées des consommateurs vis-à-vis des produits industriels lors d'une étude menée par M. Salvador-Pérignon en 2001. Puis, grâce

¹⁸ Mars, Inc. Et ses affiliés. *Petcare* [en ligne]. 2014. Disponible sur : <http://www.mars.com/france/fr/brands/petcare.aspx> (Consulté le 23.02.2012).

aux entretiens menés lors du terrain exploratoire, nous analyserons les possibles concordances entre les discours sur l'alimentation humaine et sur la Pet Food.

Actuellement, « *les produits issus de l'industrie agro-alimentaire sont constitués d'ingrédients perçus comme des « corps étrangers » pour lesquels les principes de la pensée magique¹⁹ (Fischler, 2001) trouvent à s'appliquer* »²⁰. En effet, les consommateurs associent les produits industriels à une production automatisée, qui n'a pas nécessité la présence de l'homme et dont le but est de servir des impératifs de productivité. Ici, la notion de quantité est mise en opposition à celle de qualité, c'est pourquoi les consommateurs tendent à se rapprocher des produits dits « authentiques » ou « artisanaux ». Cette préférence pour les productions traditionnelles révèle un besoin de se rapprocher des matières premières et du lieu de production, d'avoir un lien affectif avec le produit et de pouvoir se représenter les étapes de sa fabrication car ces aspects sont une garantie de la qualité des composants du produit. Ainsi, selon M. Salvador-Perignon (2011), « *ces notions sont aujourd'hui abondamment utilisées par les [...] marques qui ont perçu l'intérêt que le consommateur accorde à son alimentation et surtout à la fabrication et à l'origine des produits.* »²⁰

Cette dernière citation peut être mise en lien avec le discours de Mme. L, expliquant que :

«Aujourd'hui, les fabricants ils ont bien compris que nous on s'intéressait de plus en plus à l'alimentation de nos animaux donc ils privilégient aussi la qualité pour leur santé avec du coup des croquettes aussi qui sont plus remplies de protéines, et moins de céréales.».

Ici, nous pouvons voir que la préoccupation liée à la qualité des aliments est également présente chez les propriétaires concernant l'alimentation de leurs animaux. Le constat fait par Mme. J, assistante vétérinaire interrogée à Toulouse le 12 décembre 2016 semble être le même puisqu'elle relevait le fait que « *maintenant les gens même pour eux ils font tellement attention, que ce*

¹⁹ Concept développé par P. Rozin et Carol, J. Nemeroff (1990) selon lequel les caractéristiques d'un aliment deviennent celles de l'individu à partir du moment où il ingère cet aliment.

²⁰ SALVADOR-PERIGNON, Marielle. *Les représentations mentales du mode de production des produits alimentaires (France)* dans *Anthropology of Food [en ligne]*. 2011. Disponible sur : <https://aof.revues.org/6888> (Consulté le 25.02.2017).

soit au niveau bio, végétarien... On retrouve la même chose, voilà les gens viennent et ils veulent quelque chose qui est bien pour leur chat. »

L'attention croissante apportée à la qualité des produits achetés semble être un trait récurrent chez les propriétaires de chats et de chiens, ce qui aurait induit l'émergence de nouvelles marques qui mettent en avant des signes de qualité tels que des labels ou des normes sanitaires exigeantes. Prenons l'exemple de Mme. L me décrivant un produit :

« c'est une marque [...] avec des morceaux de viande et pas des carcasses, en plus là ils ont on va dire un écolabel ça veut dire que la viande utilisée c'est des petits élevages, c'est extensif en production, c'est pas intensif, c'est pas des usines énormes donc bon voilà... ».

Il semblerait donc que le lien entre quantité et qualité se manifeste également dans le domaine de l'alimentation animale, puisqu'ici le fait que l'élevage soit extensif permet de diminuer l'anxiété liée au produit, de garantir sa qualité. Au-delà de la taille de la production, les garanties apportées par les normes sanitaires et les contrôles vétérinaires apparaissent également comme des facteurs de qualité. Prenons ici le discours de Mme. L concernant les suivis qualité des produits : *« il y a des croquettes voilà qu'on va trouver dans des grosses surfaces [...] qui sont beaucoup plus suivies, voilà les contrôles vétérinaires à mon avis ils sont moins truqués enfin, il y a quand même un peu plus de responsabilité dedans ».*

Dans cette partie, les discours recueillis lors des entretiens exploratoires et les lectures ont permis de construire cette sous-hypothèse selon laquelle les consommateurs se tournent davantage vers des produits qui renvoient des valeurs sécurisantes et un gage de qualité, en réaction aux représentations négatives liées à l'industrialisation de l'alimentation évoquées plus haut. Puis, nous avons pu les comparer aux rationalités qui guident les choix des propriétaires lors de l'achat de nourriture pour leurs animaux, et constater que les préoccupations semblent similaires.

II. Sous-hypothèse n°2 : Dans l'alimentation humaine comme dans la Pet Food, les aliments classés « bas de gamme » sont perçus comme vecteur de mauvaise santé pour les animaux.

Dans cette partie, nous nous intéresserons aux représentations associées aux aliments dits « bas de gamme » ou « d'entrée de gamme ». Pour cela, nous allons tout d'abord voir dans quelle(s) mesure(s) un lien entre l'alimentation et la santé existe. Puis, nous verrons qu'elles sont les représentations liées aux produits « premier prix » dans le domaine de l'alimentation humaine, puis, dans une démarche identique à celle de la partie précédente, nous ferons le parallèle avec les représentations associées aux aliments bas de gamme pour animaux.

Depuis le début de la médecine grecque²¹, les aliments et leurs combinaisons sont considérés soit comme des remèdes, soit comme des poisons. Cependant, seules les franges de la population les plus aisées pouvaient se permettre de se préoccuper des recommandations diététiques prescrites par les médecins. Ce n'est qu'à partir du XIX^{ème} siècle que la majorité des populations occidentales a pu se maintenir en bon état de santé grâce à l'alimentation. En effet, à cette époque, la Révolution Industrielle nécessite une main d'œuvre en meilleure forme possible pour optimiser les rendements, ce qui a impliqué le développement d'une science de la nutrition. Dans ce contexte, c'était d'ailleurs le fait d'avoir suffisamment à manger, et notamment de la chair animale et de la graisse, qui était signe de bonne santé. Aujourd'hui, ce lien entre alimentation et état de santé existe toujours, et est même très présent. En effet, en 2012, environ 85% des français estimaient que leur manière de s'alimenter a une influence sur leur état de santé²². On assiste ici à un phénomène de médicalisation de l'alimentation, qui véhicule l'idée que l'alimentation est un moyen de prévention des maladies ou au contraire un facteur de dégradation de l'état de santé, et ce, au détriment des dimensions hédoniques et culturelles de l'alimentation (Poulain, 2002).

²¹ Discipline développée par Hippocrate, médecin et philosophe grec au V^{ème} siècle avant J.C, qui réfute le fait que la maladie est une punition divine, en expliquant qu'elle serait plutôt la conséquence de facteurs environnementaux, alimentaires ou aux habitudes de vie.

²² LAISNEY, Céline. L'évolution de l'alimentation en France pour le centre d'études et des prospectives. Document de travail n° 5 [en ligne]. 2012, 25p.

Le lien entre alimentation et santé étant établie, nous allons désormais voir quelles sont les représentations associées aux produits alimentaires premier prix. Tout d'abord, nous allons définir ce qu'est un produit d'entrée de gamme, d'un point de vue du marketing. Il s'agit du produit le moins cher et le moins élaboré de la gamme d'un fabricant ou d'un distributeur²³. Au cours de nos lectures, nous avons pu constater que, dans les représentations sociales, les aliments premier prix sont considérés comme de mauvaise qualité. Ici, nous envisagerons la qualité d'un aliment en fonction de sa densité nutritionnelle, c'est-à-dire sa richesse en micronutriments indispensables à notre organisme, sur le nombre de calories qu'il contient. Dans cette perspective, la considération de mauvaise qualité d'un aliment s'élabore essentiellement selon ses apports en acides gras saturés, en sucres ajoutés ou encore en sel. Or, ces nutriments étant également ceux qui sont perçus comme défavorables à la santé, nous pouvons faire le lien direct entre aliment premier prix, aliment de mauvaise qualité nutritionnelle et facteur de mauvais état de santé.

Nous pouvons voir que ces croyances qui relient les aliments premier prix à des composants mauvais pour la santé sont notamment reléguées par les médias et les professionnels de santé. En effet, « *certain nutritionnistes, relayés par les journalistes, sont récemment partis en croisade contre le hard discount et les produits premier prix. Selon eux, les faibles prix reflèteraient le recours à des ingrédients de qualité inférieure*²⁴ ». Nous pouvons relever une autre citation qui nous permet de constater que la confusion est entretenue par « *certain médias [qui] expliquent une obésité plus répandue dans les populations défavorisées par une trop forte densité énergétique des aliments premier prix comparativement à celle des aliments de marque*²⁵ ». En lisant ces extraits provenant de sites internet et d'articles de presse, nous pouvons supposer qu'il existe effectivement une perception des produits alimentaires

²³ BATHELOT, Bertrand. Produit d'entrée de gamme dans définitions marketing [en ligne]. 2015. Disponible sur : <http://www.definitions-marketing.com/definition/Produit-d-entree-de-gamme/> (Consulté le 28.02.2017).

²⁴ DARMON Michel et DARMON Nicole. *L'équilibre nutritionnel. Concepts de base et nouveaux indicateurs : le SAIN et le LIM* [en ligne]. 2008. Disponible sur : http://optcourses.org/sites/all/themes/danland/images/les_aliments_de_bon_rapport_qp_extrait_darmon.fr (Consulté le 28.02.2017).

²⁵ CNA. *Qualité nutritionnelle, consommation et distribution des produits alimentaires « hard discount » et « premiers prix » : état des lieux et perspectives*. Projet d'avis n°67, du 30 mars 2010.

premier prix comme étant des composants d'une mauvaise alimentation, nuisible à la santé.

Nous allons à présent analyser le contenu des entretiens exploratoires menés afin de voir comment les aliments d'entrée de gamme pour animaux sont perçus par les acteurs de la filière. Notons que la majeure partie des discours qui vont suivre concernent la composition des croquettes pour chats et chiens. Prenons le cas de Mme. V, propriétaire de 3 chats interrogée à Lavour le 17 février 2017 qui raconte son expérience des croquettes « bas de gamme » : « *ça sentait très mauvais et finalement ça nous incommodait nous. L'odeur, et puis quand même l'idée de leur filer des choses certainement pas très bonnes quoi. J'avais peur qu'ils soient malades* » et qui a préféré monter en gamme : « *en étant sur un milieu de gamme je me dis que c'est peut être pas trop de la cochonnerie* ». Nous pouvons voir que, pour cette personne, les aliments premier prix étaient une source d'inquiétudes quant à la santé de ses animaux.

Considérons maintenant le discours de Mme. J au sujet de l'alimentation animale bas de gamme vendue en supermarché :

« Et généralement, ils mettent pas mal de cochonneries dedans, et pour rendre l'alimentation appétante ils mettent énormément de gras. Sans parler de la viande qu'ils mettent dedans. Si on regarde la viande généralement je crois que la viande c'est des, c'est tout ce qui est abats en fait, tout ce qui est... tous les résidus, ça peut être des becs, des pattes enfin vraiment ça peut être... C'est un peu cata. »

« On voit pas mal d'animaux qui ont des problèmes de peau dus à l'alimentation en supermarché, on ne conseille pas ce genre d'alimentation là. Nous on dit aux gens des fois pour expliquer, c'est comme un « top budget » chez nous en fait, ça va être du gras, gras, gras après les animaux sont obèses et tout. »

Ces deux extraits nous mettent là aussi sur la piste d'un lien qui est fait entre alimentation d'entrée de gamme, mauvaise qualité et conséquences néfastes sur la santé des animaux. De plus, cette supposition peut être appuyée par ce que m'a expliqué Mme. L concernant les croquettes bas de gamme :

« C'est hyper appétant il y a des arômes artificiels dedans, c'est pas du tout de la viande crue en fait c'est de la viande cuite, enfin c'est pas du tout adapté, justement ça à donner tous les jours à un chat c'est le meilleur moyen de flinguer ses reins et de le rendre obèse quoi... »

Voici donc un certain nombre de données qui nous ont permis de faire émerger l'idée selon laquelle les aliments bas de gamme sont composés d'ingrédients de mauvaise qualité qui possèdent une faible densité nutritionnelle. Ces apports en « mauvais » nutriments sont directement mis en lien avec une dégradation de l'état de santé. Ainsi, nous avons pu construire cette sous-hypothèse selon laquelle les aliments « premier prix » sont considérés comme susceptibles d'entraver la santé des consommateurs, que ce soit dans le domaine de l'alimentation humaine ou de l'alimentation animale.

Dans ce chapitre, nous avons pu voir que les propriétaires de chats et de chiens font appel aux représentations qu'ils ont de leur propre alimentation lorsqu'ils achètent de la nourriture pour leurs animaux, et que ces représentations ont une incidence sur leurs choix lors de l'achat des aliments pour animaux. Dans le chapitre qui suit, nous allons étudier le cas de propriétaires qui ont une alimentation « spécifique », en envisageant un éventuel transfère de leurs modes de consommation alimentaire sur la nourriture qu'ils donnent à leurs animaux.

Chapitre 3. Hypothèse n° 2 : Mimétisme des choix de consommation

Pour commencer cette partie, nous allons reprendre une phrase entendue lors de l'entretien avec Mme. L : « *la mode on va dire alimentaire des animaux en fait elle correspond à notre mode à nous en fait. L'alimentation des animaux colle vraiment avec nos préoccupations à nous quoi.* ».

A travers cette citation, nous retrouvons le fait que l'offre de produits pour animaux de compagnie, qu'elle soit alimentaire ou non, ressemble fortement aux marchés de biens destinés aux humains. Ce phénomène ayant déjà été abordé dans la première partie de ce mémoire, nous n'allons revenir que brièvement dessus. Rappelons tout d'abord que ce sont les aspects santé et nutrition qui sont les arguments de vente privilégiés par les acheteurs de nourriture pour animaux, tout comme pour l'alimentation humaine. La Pet Food reflète l'alimentation humaine, et cela peut notamment se repérer avec les termes mis en avant sur les emballages d'aliments pour animaux. Ainsi, il n'est pas rare de croiser des croquettes plus faciles à digérer, qui contiennent des antioxydants ou qui sont « light », à l'image des produits alimentaires humains. L'offre est de plus en plus segmentée afin de répondre aux modes de consommation de chacun. A l'image des « aliments humains », les emballages individuels, les produits de « snacking » et les achats en ligne se multiplient pour les aliments pour animaux. Notons également que les lieux d'approvisionnement sont souvent les mêmes pour les deux types d'alimentation, puisque plus d'un acheteur sur deux achète la Pet Food dans les grandes surfaces¹⁰, lieux les plus fréquentés par les foyers pour leur approvisionnement alimentaire.

Pour cette hypothèse, nous pouvons également relever cette citation, lue sur un site internet²⁶, qui aura été l'élément déclencheur du raisonnement qui va suivre : « *De plus en plus de produits pour animaux domestiques s'inspirent*

²⁶ L'usine nouvelle. *Tendance, ces animaux qui nous ressemblent [en ligne]*. 1998. Disponible sur : <http://www.usinenouvelle.com/article/tendanceces-animaux-qui-nous-ressemblent.fr> (Consulté le 01.03.2017).

des grandes tendances de la consommation humaine : santé, beauté, forme. Le mimétisme fait recette. »

En effet, après avoir relevé un certain nombre de similitudes entre les tendances de consommation dans les domaines des biens et services humains et animaux, nous allons nous attarder sur cette notion de mimétisme, en la mobilisant pour comparer des modes de consommation humains « spécifiques » et la Pet Food, afin de comprendre jusqu'où peuvent aller les ressemblances entre les deux. Pour cela nous allons poser l'hypothèse suivante : **Il y a un mimétisme de l'alimentation des animaux de compagnie sur le profil de consommation de leurs maîtres.**

Pour commencer, nous allons définir le mimétisme, en l'envisageant comme une « reproduction des comportements et des attitudes d'autrui ²⁷ ». Puis, nous pouvons définir un profil de consommation comme une manière d'agir d'un consommateur qui est observable de l'extérieur et qui se caractérise par sa réaction face à une situation d'achat identifiée, en fonction d'un environnement physique et psychologique particulier. Nous allons maintenant nous focaliser sur deux profils de consommateurs, qui semblent prendre de l'ampleur actuellement, afin de les questionner de manière plus détaillée.

I. [Sous-hypothèse n°1 : Les propriétaires d'animaux qui consomment une alimentation biologique les nourrissent également avec de la nourriture biologique.](#)

L'alimentation biologique est aujourd'hui en plein essor, notamment en réaction aux dérives de l'industrialisation de l'alimentation avec une volonté de revenir à une agriculture plus respectueuse de l'environnement, plus saine pour l'organisme et plus durable. L'alimentation biologique permet une sorte de retour aux sources pour les consommateurs et une compensation de la culpabilité que peut engendrer la consommation d'aliments industriels, dont la fabrication ne s'inscrit pas dans une démarche durable, éthique et de

²⁷ Dictionnaire en ligne. L'internaute : définition mimétisme. [en ligne]. Disponible sur : <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/mimetisme/> (Consulté le 01.03.2017).

préservation des ressources naturelles. Dans les représentations sociales des mangeurs, ce mode de production agricole renvoie également à un meilleur traitement des animaux d'élevage, à des qualités organoleptiques supérieures et à la recherche d'aliments plus sains et plus naturels. La consommation de produits biologiques croît donc fortement, notamment grâce à l'offre des distributeurs classiques de grandes surfaces qui commercialisent leurs propres gammes de produits biologiques et les rendent plus accessibles en terme de points de vente et de prix. Cette tendance a été chiffrée par le Baromètre Agence BIO/CSA du mois de janvier dernier : près de 9 français sur 10 ont consommé des produits biologiques, soit 89%, en 2016 et près de 7 français sur 10 ont déclaré consommer régulièrement (au moins une fois par mois) bio, soit 69%. La vente de produits biologiques représentait d'ailleurs 5,5 milliards d'euros en France en 2015.

Cet attrait pour les produits issus de l'agriculture biologique est-il cependant également présent lorsque les consommateurs achètent de la nourriture pour leurs chats et chiens ? Voici quelques éléments qui ont été lus sur des sites internet qui nous ont permis de poser cette première sous-hypothèse :

« De nos jours l'intérêt grandissant que nous avons pour la qualité de ce qu'il y a dans notre assiette et sur notre peau, dans notre corps touche également nos animaux de compagnie. L'amour qu'on porte à nos chiens, à nos chats nous incite à nous intéresser à la composition de ce qu'ils mangent et de leurs soins, à vouloir le meilleur et le plus sain possible. L'agriculture biologique et le label AB intègrent non seulement cette idée de qualité des aliments, des produits d'hygiène, de soin et en plus de tout cela l'idée de protection de la planète²⁸. »

Cette citation nous permet déjà de supposer que les produits issus de l'agriculture biologique pour les animaux sont autant valorisés que les produits de cette filière destinés à la consommation humaine, et qu'ils répondent aux mêmes exigences et aux mêmes normes, mais surtout à une recherche globale

²⁸ WanimoVéto. *Le bio pour mon animal [en ligne]*. 2015. Disponible sur : <https://www.wanimo.com/veterinaire/votre-animal-au-quotidien/le-bio-pour-mon-animal.html> (Consulté le 02.03.2017)

de bienfaits pour la santé. Elle ne permet cependant pas de supposer que les mangeurs de produits biologiques en donnent également à leurs animaux.

Les publications en ligne telles que les articles et les forums sont des lieux de témoignages et d'expression riches, qui permettent de dégager des pratiques et représentations partagées par des groupes d'individus. Voici donc quelques citations, issues de commentaires en réaction à un article²⁹ qui apporte une critique négative de la Pet Food biologique, qui m'ont mis sur cette piste de recherche : « *Si je recherche de la nourriture saine pour moi, il n'y a pas de raison que je donne de la merde à mes animaux, je les aime trop pour ça.* » ; « *Parce que nous ne mangeons pas bio pour notre santé [...] mais surtout pour l'environnement. Et que donc les croquettes bio sont produites avec des aliments cultivés sainement pour la planète.* ». Voici deux citations, auxquelles nous pouvons ajouter cette troisième :

« Moi mon problème c'est de manger bio, parce que je suis parfaitement convaincue de la toxicité de la nourriture industrielle, et de nourrir mes chats avec les déchets de cette nourriture... J'ai lutté quelques temps contre ma mauvaise conscience et puis je leur ai acheté des croquettes et autres aliments bio ».

Il semblerait donc que, lorsqu'une personne fait le choix de consommer autrement, d'avoir une consommation engagée pour exprimer ses valeurs à travers ses achats et rejeter les modes de production qui ne correspondent pas à ces valeurs, elle applique ces choix aux aliments destinés à ses animaux de compagnie. Ce ne sont cependant que quelques témoignages, qui ne peuvent être posés comme des généralités, et qu'il faudra confirmer ou infirmer lors d'une enquête sur le terrain.

II. [Sous-hypothèse 2 : Les personnes qui adoptent un régime végétarien donnent une alimentation végétarienne à leurs animaux de compagnie.](#)

Nous assistons actuellement à une montée des préoccupations éthiques concernant les conditions de vie des animaux d'élevage et à une méfiance

²⁹ NEVEUX, Camille. *Le bio pour les animaux : trop, c'est trop!* [en ligne]. 2010. Disponible sur : <http://www.terraeco.net/Croquettes-bio-a-la-niche%E2%80%89,12420.html> (Consulté le 02.03.2017).

accrue envers les produits issus d'une production industrielle qui s'explique notamment par les différentes crises alimentaires qu'ont connus les français. De plus, comme nous l'avons déjà évoqué, les individus semblent de plus en plus proches de leurs animaux de compagnie et entretiennent des liens forts avec. Grâce aux recherches scientifiques menées sur les animaux, nous savons désormais que ces derniers sont doués de sensibilité et que leurs capacités cognitives et comportements sociaux ne sont pas si éloignés que l'on pouvait le penser auparavant. Tous ces facteurs semblent donc remettre en cause la légitimité de tuer des animaux pour se nourrir et de dégrader l'environnement alors que nous savons aujourd'hui que les protéines animales ne sont pas essentielles à notre survie. Ainsi, certaines personnes modifient leurs habitudes alimentaires et sortent les produits carnés, voire tous les produits d'origine animale, de leur modèle alimentaire, en réaction à ces questionnements moraux.

Aujourd'hui en France, environ 3% de la population³⁰ se considèrent comme végétariens, ce qui représente 1,8 millions d'individus. Ce chiffre est en hausse, 27% de la population³⁰ française se dit d'ailleurs prête à devenir végétarienne ou du moins à réduire fortement sa consommation de viande. Pour ces personnes qui ont décidé de ne plus acheter et consommer de la viande, la question de l'alimentation de leurs animaux carnivores se pose donc, car elle implique de continuer à participer au commerce de produits carnés et donc à la mise à mort d'autres animaux. Comme l'exprime Ingrid Newkirk, co-fondatrice de l'association PETA³¹,

« chaque fois que nous faisons nos courses, nous votons avec notre argent. Certains d'entre nous ont arrêté de voter pour le compte du boucher depuis longtemps. Mais certains d'entre nous aussi, ont des animaux réfugiés à la maison qui vivent encore aux dépens des animaux qui souffrent le plus. ».

Il semblerait donc cohérent, pour une personne végétarienne ou végétalienne, de refuser de nourrir ses animaux avec de la viande, afin de ne pas soutenir

³⁰ DE LA HERONNIERE, Lucile. *En France, les végétariens gagnent du terrain [en ligne]*. 2012. Disponible sur : <http://blog.slate.fr/bien-manger/2012/06/10/en-france-les-vegetariens-gagnent-du-terrain/> (consulté le 03.03.2017).

³¹ Association et Organisation Non Gouvernementale qui milite pour un traitement éthique des animaux.

l'exploitation animale et la production de produits carnés. En effet, comme nous l'avons vu précédemment, la plupart des chats et chiens sont nourris avec des aliments issus de l'industrie, et qu'ils contiennent les « déchets » provenant des abattoirs. Une alimentation végétarienne pour ces animaux semble donc être une réponse adaptée à ce refus de cautionner l'industrie de la viande. Voici quelques discours rencontrés sur un forum³² : « *Nous aimons et défendons tous les animaux et il nous apparaît donc inconcevable de nourrir nos animaux avec des restes d'autres animaux qui ne sont d'ailleurs pas exempts de tout reproche et sont à l'origine de nombreuses maladies* » et « *Nous considérons que sauver un animal réfugié et en tuer des centaines d'autres pour le nourrir est incohérent lorsqu'on a le choix de faire autrement...* ». Ici, il semblerait que la question de la cohérence de la démarche soit au cœur du choix alimentaire des animaux de compagnie.

L'alimentation végétarienne chez un chien, et surtout chez un chat qui est un carnivore strict, est cependant très controversée. En effet, certains considèrent qu'il s'agit de maltraitance d'imposer un régime alimentaire très éloigné de leur alimentation « naturelle » à des animaux. Dans le corps médical, les professionnels semblent sceptiques, comme Mme. J semble l'être : « *parfois c'est trop parce que les croquettes végétariennes, bon, un chien c'est carnivore, un chat c'est carnivore c'est pas... On peut pas... Il y a un moment où ça devient dangereux par contre. Et pourtant c'est des bonnes gammes qui créent ça mais voilà...* ». Il n'est donc pas certain que l'alimentation végétarienne du propriétaire implique le choix d'une alimentation végétarienne pour ses animaux de compagnie, car cela peut être envisagé comme une démarche contradictoire avec son refus de manger de la viande par amour des animaux.

Dans cette partie nous avons pu émettre un certain nombre de suppositions, qui découlaient de notre questionnement sur la manière dont pouvait se traduire l'anthropomorphisation des animaux domestiques dans le domaine de la Pet Food. Nous avons essentiellement basé notre travail sur les notions de calque, d'imitation, de similitudes entre l'alimentation humaine et

³² Végéweb. *Les animaux carnivores [en ligne]*. Disponible sur : <https://vegeweb.org/les-animaux-carnivores-t16380.html> (Consulté le 02.03.2017).

animale pour envisager cette interrogation. Le principe de transfert des représentations, des comportements et des rationalités de consommation humaine sur la prise de décision lors de l'achat des aliments pour animaux semblerait donc partagé et appliqué par la plupart des propriétaires de chats et de chiens. Les formes que prend ce transfert, selon la manière dont l'individu se représente son animal, la manière dont il se situe par rapport à lui et à son environnement ou encore de la façon dont il se nourrit, ont cependant probablement un impact sur le degré de ressemblance des deux alimentations.

Toutes ces hypothèses sont maintenant à tester sur le terrain, afin d'évaluer si elles sont pertinentes aujourd'hui dans notre société, et de juger de leur véracité. Pour cela, nous allons présenter, dans une troisième partie, quelques outils méthodologiques de collecte afin d'obtenir des données qualitatives et/ou quantitatives auprès des acteurs sociaux concernés par la filière de la Pet Food. Ainsi, dans un premier temps, nous reprendrons les grands principes de la recherche sociologique, puis nous nous attarderons sur les principaux outils de collecte, aussi bien qualitatifs que quantitatifs, et enfin nous tenterons de proposer des outils spécifiquement adaptés à notre sujet, dans l'optique d'aller tester les hypothèses posées précédemment sur le terrain.

Partie 3. Méthodologie probatoire

Avant de commencer cette partie consacrée à la méthodologie probatoire, qui nous permettra d'élaborer des outils de collecte de données pour aller sur le terrain afin d'affirmer ou infirmer nos hypothèses, nous allons tout d'abord faire un bref rappel de ce qu'est la démarche sociologique, afin d'avoir à l'esprit les objectifs vers lesquels tendre, l'attitude à adopter lors de notre enquête et la manière d'objectiver le plus possible notre réflexion.

Pour cela, nous allons nous baser sur la manière dont E. Durkheim a envisagé et construit la discipline, et dont il l'a décrite dans son livre *Les règles de la méthode sociologique* en 1895. Dans ce livre, il tente de fonder la sociologie en tant que science afin de lui octroyer une légitimité grâce à une démarche rigoureuse, objective, qui se détache des préjugés. Ainsi, la discipline aura pour objet d'étude les faits sociaux, c'est-à-dire « *des manières d'agir, de penser et de sentir, extérieures à l'individu qui sont douées d'un pouvoir de coercition en vertu duquel ils s'imposent à lui.* » (Durkheim, 1895, p97). Puis, au cours de son ouvrage, E. Durkheim énonce les règles relatives à l'observation de ces faits sociaux. Tous d'abord, « *la première règle et la plus fondamentale est de considérer les faits sociaux comme des choses* » (Durkheim, 1895, p108). Ensuite, la cause déterminante d'un fait social doit être cherchée parmi les faits sociaux préexistants celui qui est étudié et non parmi la conscience individuelle. Enfin, il faut pouvoir amener des preuves aux éléments avancés, notamment grâce à une démarche comparative.

Nous allons maintenant aborder la question de la collecte de données en sociologie, en faisant une brève présentation des principaux outils méthodologiques existants. On peut décliner la démarche d'enquête par une approche qualitative, qui utilise principalement les entretiens individuels et les focus groups, et par une approche quantitative qui se base essentiellement sur l'exploitation de questionnaires. Nous allons donc voir quelles sont les caractéristiques spécifiques à chacun de ces outils de collecte.

Chapitre 1. Les outils de collecte³³

I. La méthode qualitative

Cette démarche sociologique n'a pas pour but de rechercher la représentativité lors de la sélection de la population ciblée car elle n'a pas pour objectif de générer des données numériques mesurables. En effet, elle s'attache à analyser l'objet d'étude en profondeur afin de formuler des hypothèses, de dégager des variables explicatives pour les tester avec une approche quantitative par la suite. La méthode qualitative a donc un caractère plutôt exploratoire, et a vocation à être complétée par une enquête quantitative. Dans cette optique, plusieurs outils sont à disposition du sociologue, selon l'objet étudié, qui peuvent être combinés.

1. L'entretien individuel

Dans cette méthode, la personne interrogée est plutôt libre dans ses réponses car elles ne sont pas cadrées par des items ou modalités déjà construits. Cet outil laisse la place à la personne de s'exprimer avec ses propres mots. Il existe cependant plusieurs types d'entretiens individuels, qui laissent plus ou moins de liberté d'expression à l'enquêté : l'entretien directif utilise des questions fermées, qui n'ont pas pour but de créer un dialogue mais plutôt de générer des réponses rapides et brèves sans pour autant anticiper de modalités de réponses ; l'entretien semi-directif, qui est cadré par un guide d'entretien réalisé en amont afin de garder un fil conducteur sans trop restreindre la marge de réponse de l'enquêté, et enfin l'entretien non directif, durant lequel l'interrogé n'est pas guidé, il réagit librement à un thème qui lui est proposé au départ.

Un entretien sociologique se fait en passation directe, en face à face ou à distance (par téléphone par exemple) et doit être enregistré afin de conserver le propos exact de l'entretenu et de pouvoir le retranscrire de la manière dont il a

³³ Cette partie sera élaborée avec comme support le cours de socio-anthropologie de l'alimentation : TIBERE, Laurence. Eléments d'introduction : synthèse. Cours de M1 SSAA, ISTHIA, Université Toulouse - Jean-Jaurès, 2016.

été délivré. L'anonymat de la personne doit être garanti et elle doit être tenue au courant de l'enregistrement de l'échange. Cette méthode de collecte permet de recueillir des données individuelles, afin de voir si elles sont partagées par d'autres individus et de comprendre certains phénomènes de manière plus détaillée et approfondie.

2. [Le focus group](#)

Le focus group est une discussion collective générée volontairement autour d'une thématique précise. Ainsi, les différents participants sélectionnés se retrouvent dans une situation d'échange construite, qui suit un script défini au préalable par l'enquêteur. Cette méthode de collecte a pour but d'envisager une problématique en fonction du point de vue des différents participants, de les faire entrer en interactions sur un thème donné, de faire émerger un grand nombre de prises de position afin de déceler les divergences et convergences et d'évaluer le degré de consensus. Enfin, le focus group permet d'évaluer les connaissances ou représentations d'individus sur un sujet étudié, voire de faire évoluer ces représentations et les pratiques qui y sont liées.

3. [L'observation](#)

Dans cette méthode de collecte, on distingue l'observation participante et l'observation directe. En ce qui concerne l'observation directe, l'enquêteur observe les comportements et réactions d'individus, qui sont dans une situation déterminée et en interaction avec d'autres individus. Ici, l'enquêteur n'intervient pas, il reste en retrait de la situation. Pour l'observation participante, l'enquêteur devient actif, il s'inclut dans la situation, s'immerge dans la population étudiée. Cette méthode est héritée de l'anthropologie, où le sociologue intègre d'abord une société afin d'en apprendre les us et coutumes avant d'adopter une approche compréhensive des situations qui l'entourent. Dans les deux cas, le sociologue peut observer soit à découvert, c'est-à-dire qu'il dévoile son statut de chercheur, ce qui peut modifier les agissements des individus et donc biaiser les résultats, soit à couvert, c'est-à-dire qu'il n'informe

pas les personnes observées de sa démarche, afin d'observer les processus sociaux les plus naturels possible.

Lors de ses observations, l'enquêteur utilise une grille d'observation, construite au préalable. Cette dernière comportera une variable dépendante identifiée, qui sera décomposée en indicateurs selon différents paramètres tels que la fréquence, la durée, la quantité, l'intensité etc. A l'issue de l'observation, il faut produire un compte rendu d'observation contenant une analyse méthodologique, une restitution des faits observés et une analyse sociologique.

II. La méthode quantitative

La méthode quantitative a généralement recours aux statistiques, afin d'obtenir des données objectives en fonction de variables définies et identifiées au préalable. Ainsi, cette méthode d'enquête se base sur une population identifiée à étudier et l'échantillon de la population ciblé devra être défini à l'avance, selon le phénomène observé. La population enquêtée doit être représentative de la population globale étudiée, c'est pourquoi le nombre d'individus interrogés doit notamment être conséquent afin d'assurer cette représentativité et donner de la valeur aux résultats obtenus.

Pour collecter des données statistiques, le sociologue s'appuie sur un questionnaire, qui doit comporter le plus de questions fermées possible, c'est-à-dire des questions auxquelles l'enquêté répond par « oui » ou « non », afin d'optimiser le traitement des données lors du dépouillement des questionnaires. Une fois les réponses collectées et analysées, le sociologue obtient des données chiffrées dont il peut tirer des pourcentages, des effectifs et créer des nomenclatures. Le principal avantage de cette méthode de collecte est de pouvoir obtenir des données précises à propos d'une population étendue (la population mère) alors que seule une fraction de cette population (la population cible) a été sondée.

Avant d'être administré, le questionnaire doit être testé pour s'assurer que les questions sont compréhensibles, cohérentes et correctement formulées. Ces dernières doivent être regroupées par thématiques et amener

progressivement l'enquêté au cœur du sujet, sur les questions les plus délicates. Lorsque le questionnaire semble au point, il est possible de l'administrer de manière indirecte, c'est-à-dire que l'enquêté est seul face à sa feuille et remplit lui-même le questionnaire. L'enquêteur récupèrera les questionnaires remplis ultérieurement. L'autre possibilité, souvent la plus efficace, est d'administrer le questionnaire de manière directe, c'est-à-dire par téléphone ou en face à face avec la personne sondée. Les données seront ensuite traitées grâce à des outils informatiques avant d'être analysées.

Même si nous n'avons présenté ici qu'une partie des outils méthodologiques de collecte qui peuvent être utilisés dans une démarche d'enquête, nous avons pu poser les grands principes propres à chacun de ces quelques outils, afin de choisir les plus adaptés à notre sujet d'étude et de les mobiliser en les utilisant de manière appliquée à notre objet d'étude. Dans le chapitre suivant, nous allons donc proposer des méthodes de collecte spécifiques pour tester les hypothèses formulées dans la deuxième partie de ce mémoire.

Chapitre 2. Méthodologie probatoire pour l'hypothèse

1

Afin de tester sur le terrain notre première hypothèse, et les sous-hypothèses qui en découlent, nous allons nous baser sur la méthode de collecte quantitative. En effet, grâce à nos entretiens exploratoires, nous avons pu dégager des variables, faire émerger des suppositions, qui nous ont permis d'élaborer un questionnaire. Le but de cet outil sera de vérifier nos hypothèses auprès d'une population plus large, afin de voir si les propos recueillis lors de nos entretiens semi-directifs se retrouvent dans le discours d'une partie significative de la population française. Pour cela, nous allons tout d'abord voir quelle population sera ciblée pour notre enquête et la manière dont cette population sera captée. Puis, nous verrons l'outil en lui-même et la manière dont les données seront traitées.

I. Choix de la population cible et captation

Pour sélectionner notre population cible, nous n'avons pas de critères spécifiques de sélection ou de représentativité de la population mère. En effet, la population mère est ici les personnes résidentes en France qui ont au minimum un chat ou un chien. Nos hypothèses ne portant pas sur des variables socio démographiques, une question filtre en début de questionnaire qui nous permettra de savoir si la personne possède un chat ou un chien sera le seul élément sur lequel notre sélection d'enquêtés sera basée. Toutefois, pour garantir des résultats relativement identiques d'un échantillon à un autre, nous allons interroger au moins 384 individus, selon le calcul³⁴ de taille de l'échantillon sur une population supérieure à 1 million d'individus, afin de réduire la marge d'erreur à 5% maximum.

³⁴ OLIVEIRA, Diana. La méthode quantitative. Cours de M1 SSAA, ISTHIA, Université Toulouse - Jean-Jaurès, 2017.

Pour capter ces personnes qui possèdent des animaux de compagnie, nous avons plusieurs lieux de captation possibles. Ici, nous avons choisi de nous rendre sur différents lieux d'approvisionnement en nourriture pour chats et chiens, car cela nous a semblé le plus pertinent pour rencontrer une proportion importante de personnes qui possèdent ces animaux, et donc qui les nourrissent. Ainsi, les questionnaires pourront être passés :

- dans une grande surface classique, dans le rayon destiné aux aliments et accessoires pour animaux de compagnie ;
- dans un magasin « hard discount » alimentaire, également au rayon destiné aux animaux de compagnie ;
- dans une animalerie, dans la partie consacrée aux aliments pour chats et chiens ;
- chez un vétérinaire proposant une offre alimentaire.

Par ce moyen, nous aurons un panel de consommateurs qui ont des lieux et des stratégies d'achats différents, afin de rencontrer une plus grande diversité de personnes ayant des rationalités d'action, de représentations et de pratiques. En effet, les individus ayant choisi d'acheter leur nourriture pour animaux auprès d'un vétérinaire, n'auront probablement pas, par exemple, le même rapport à l'alimentation de leur animal, voire à l'alimentation humaine, que les individus s'approvisionnant dans un magasin « hard discount ».

Les enquêtés seront donc abordés et sélectionnés, s'ils l'acceptent, au hasard. On effectuera ainsi une captation aléatoire. Pour commencer l'échange, nous préciserons notre identité, notre statut de sociologue et le but de notre étude, puis nous débiterons notre questionnaire en posant la question filtre pour s'assurer que la personne correspond bien au critère que nous recherchons.

II. Présentation de l'outil et traitement des données

Le questionnaire qui est proposé pour tester nos hypothèses sur le terrain est donc ici un questionnaire anonyme, à passation directe sur un lieu

d'approvisionnement en aliments pour animaux. L'intérêt d'une passation en face à face est d'obtenir un maximum de questionnaires complets, de pouvoir préciser ou expliciter certaines questions qui pourraient être mal comprises et de récupérer immédiatement les questionnaires remplis. Les objectifs principaux de ce questionnaire seront d'observer les représentations des personnes quant à la nourriture pour animaux et plus spécifiquement celle qu'ils donnent à leurs animaux ainsi que de voir et relever les manières dont les personnes interrogées perçoivent l'alimentation industrielle et l'alimentation dite bas de gamme.

Le questionnaire est composé d'une vingtaine de questions afin de pouvoir être rempli rapidement, car les personnes qui font leurs courses n'ont pas forcément beaucoup de temps à nous accorder et seront probablement davantage enclines à y répondre si elles savent qu'il ne durera pas longtemps. Ainsi, nous estimons son temps de passation à une dizaine de minutes au maximum. Notons qu'il devra être testé au préalable, auprès d'un petit panel de consommateurs, pour s'assurer de la cohérence des questions et de leur bonne compréhension. Une fois les potentielles modifications apportées, le questionnaire pourra alors être diffusé à plus large échelle.

Voici donc le questionnaire que nous proposons pour vérifier notre hypothèse :

I. Informations générales

1. **Sexe** : Homme Femme
 2. **Quel âge avez-vous ?**
 3. **Combien de chat avez-vous ?**
 4. **Et de chien ?**
 5. **Lieu d'approvisionnement** : Grande surface Animalerie
Magasin hard-discount Vétérinaire
- ➔ Si « grande surface » ou « hard-discount »

6. Y achetez-vous uniquement la nourriture pour vos animaux ? Oui Non

→ Si non, pour quels autres types de produits venez-vous ici ? Epicerie

Produits frais Fruits et légumes Hygiène et entretien

Autre :

7. Pourquoi venez-vous faire vos achats ici ? Prix Qualité

Proximité Horaires Autre :

II. Attention apportée à la qualité et à la composition des aliments

8. Lisez-vous les étiquettes des aliments avant de les acheter ? Oui Non

9. Pourquoi ?

10. Quels critères de sélection privilégiez-vous lors de l'achat de vos produits alimentaires ?

Prix Praticité Composition Origine Marque

Signe de qualité , à préciser :

Autre :

11. Selon vous, quels adjectifs qualifieraient les aliments industriels ? (3 max)

12. Et les aliments faits maison ? (3 max)

III. Représentations autour des produits « bas de gamme »

13. Dans quelle gamme situeriez-vous vos produits alimentaires ?

Haut de gamme, produits de marque

Milieu de gamme, marque distributeur

Entrée de gamme, produits discounts

14. Percevez-vous une/des différence(s) entre les produits de ces différentes gammes ? Oui Non

→ Si oui, précisez :

15. Donnez-moi 3 adjectifs qui vous viennent à l'esprit quand je vous dis « aliment 1^{er} prix » ou discount ? (*prix, qualité, composition, éthique, goût, santé...*)

IV. Alimentation des animaux

16. Quels sont vos critères de choix pour la nourriture de vos animaux ? (3 max)

17. L'achetez-vous toujours dans ce magasin ? Oui Non

18. Pourquoi ? :

19. Dans quel(s) autre(s) lieu(x) : Animalerie Grande surface
Vétérinaire En ligne Autre :

20. Avez-vous toujours utilisé ce type d'aliments, cette gamme ? Oui Non

→ Si non, pourquoi avez-vous changé ?

Pour traiter les données recueillis grâce à ce questionnaire, nous retranscrivons ensuite le questionnaire en version numérique, avec un logiciel de traitement statistique tel que « IBM SPSS ». Puis, nous sélectionnerons tous les questionnaires exploitables, c'est-à-dire ceux qui sont complets et nous rentrerons toutes les modalités de réponse choisies dans le logiciel pour obtenir des pourcentages, des statistiques pour chaque question.

Le choix du questionnaire comme outil de collecte nous permettra donc d'obtenir une quantité importante de réponses en peu de temps par rapport à d'autres méthodes de collecte comme l'entretien ou l'observation. Cependant, contrairement à l'entretien, il ne permet pas à l'enquêté de s'exprimer librement sur le sujet car ses réponses sont encadrées par des modalités de réponse déjà formulées. C'est pourquoi, nous avons tenu à ajouter une réponse « autre » afin de permettre aux enquêtés de se positionner même si leur réponse n'apparaît pas dans les propositions formulées au préalable. De plus, pour certaines questions, nous avons choisi d'utiliser une formulation davantage ouverte, afin que les individus puissent choisir leurs propres mots pour exprimer leurs rationalités de consommation et leur opinion sur l'alimentation. Afin de faciliter le traitement des données, nous avons tout de même décidé de limiter au maximum l'ouverture de ces questions, en proposant aux enquêtés d'énoncer un nombre de mots ou d'adjectifs limité pour répondre.

Chapitre 3. Méthodologie probatoire pour l'hypothèse

2

Pour ce chapitre, rappelons que l'objectif de notre collecte de données est d'affirmer ou infirmer le fait que les personnes ayant un régime alimentaire spécifique le transfèrent sur l'alimentation de leurs chats et/ou chiens. Ici, nous avons ciblé plus spécifiquement les personnes qui consomment des aliments biologiques et ceux qui ont une alimentation végétarienne voire végétalienne. Ainsi, nous verrons si les rationalités de consommation des individus s'étendent à leurs achats en termes d'alimentation animale. Pour vérifier cette hypothèse et les sous-hypothèses qui en découlent, nous avons choisi la méthode de collecte qualitative. Ainsi, nous effectuerons des entretiens semi-directifs afin de recueillir des informations nous permettant d'approfondir les discours des deux professionnelles entretenues, à savoir Mme. J et Mme. L, quant au calque des modes d'alimentations des individus sur ceux de leurs animaux et les commentaires relevés sur internet. Il s'agit donc maintenant d'aller enquêter sur le terrain auprès de personnes physiques. Pour cela, nous allons tout d'abord déterminer nos publics cibles ainsi que la manière de les capter, puis nous présenterons les outils que nous utiliserons.

I. Choix des populations cibles et captations

1. Les consommateurs d'aliments issus de l'agriculture biologique

Pour vérifier notre sous-hypothèse concernant les mangeurs de produits biologiques, nous n'avons pas de critère de sélection particulier car elle ne dépend pas de facteurs socio-démographiques mais d'un mode d'alimentation. Ainsi, les seuls aspects qui permettront de sélectionner une personne seront le fait qu'elle possède au moins un chat ou un chien et qu'elle consomme des aliments biologiques. Nous ne filtrerons pas les individus selon la fréquence de cette consommation, car elle n'est pas forcément un facteur déterminant de l'alimentation donnée aux animaux de compagnie, même si un mangeur

consommant uniquement des produits biologiques nous semblerait être plus enclin à en donner à ses animaux.

Afin de capter des personnes qui achètent et consomment des aliments issus de l'agriculture biologique, plusieurs choix s'offrent à nous. En effet, nous pouvons nous rendre dans le rayon dédié aux animaux dans un magasin vendant exclusivement des produits biologiques tels que « Biocoop » ou « La vie Claire ». Ainsi, la probabilité pour que les personnes rencontrées sur ce lieu possèdent les deux critères qui nous intéressent pour cette étude sera élevée. Cependant, nous pouvons également nous rendre sur des marchés de vendeurs de produits biologiques ou sur des lieux de regroupement de ces vendeurs. Puis sur place, les personnes se promenant avec un chien (voire un chat) seront prioritairement abordés pour optimiser nos chances d'interroger des personnes possédant des animaux de compagnie.

En ce qui concerne le nombre de personnes interrogées, l'enquête qualitative n'impose pas de contrainte de représentativité dans la sélection de la population. Cependant, nous chercherons à obtenir une grande diversité de profils individuels parmi notre public cible, l'idéal serait donc d'obtenir une vingtaine d'entretiens au minimum. Cela nous permettrait également de pouvoir vérifier si les informations recueillies sont plutôt partagées ou non par l'ensemble des personnes correspondant au profil de mangeur d'aliments biologiques et propriétaire de chat(s) et ou chien(s). Ici, l'objectif sera d'atteindre une saturation³⁵ dans les résultats, c'est-à-dire l'absence de nouvelles données sociologiques à partir d'un certain nombre d'entretiens. Grâce à cette méthode, nous aurons davantage de certitudes pour valider ou non notre sous-hypothèse. Il sera cependant sûrement nécessaire de mener par la suite une démarche de collecte quantitative afin d'avoir une population suffisamment large pour affirmer totalement notre hypothèse.

³⁵ PIRES, Alvaro. Echantillonnage et recherche qualitative : essai théorique et méthodologique. 1997, produit en version numérique par TREMBLAY, Jean-Marie, bénévole, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi [en ligne]. Disponible sur : http://classiques.uqac.ca/contemporains/pires_alvaro/echantillonnage_recherche_qualitative/echantillon_recherche_qual.doc (Consulté le 11.03.2017)

2. Les consommateurs végétariens ou vegans

En ce qui concerne notre sous-hypothèse à propos des mangeurs observant un régime alimentaire végétarien ou végétalien, nous n'avons pas de critère de sélection particulier hormis le fait qu'ils possèdent au moins un chat ou un chien. En effet, comme pour la sous-hypothèse précédente, les variables à observer ne dépendent pas de facteurs socio-démographiques car nous recherchons uniquement à mettre en avant l'existence ou l'absence de lien de corrélation entre une alimentation dite particulière chez un propriétaire de chat ou de chien, et l'alimentation chez ce ou ces derniers.

Pour capter cette population, nous pouvons nous rendre sur des lieux de rassemblement de végétariens et/ou végétaliens tels que des débats ou conférences sur la question de la place de l'animal et de la viande dans notre société, sur le bien-être et le droit animal etc. Lors de ces événements, nous pourrions nous poster à proximité de l'entrée de la salle afin d'aborder les participants avant le début ou à la fin de la séance. Puis, nous pourrions leur exposer notre thématique de recherche, nous présenter et leur proposer de s'entretenir avec nous, s'ils possèdent un chat ou un chien et qu'ils le souhaitent. Nous pourrions également faire un appel à volontaires sur les réseaux sociaux, en proposant à des végétariens ou végétaliens possédant un chat ou un chien au minimum un entretien sur le thème de l'alimentation animale. En utilisant cette méthode, nous aurions probablement une chance d'obtenir un nombre de réponses positives important et de ne rencontrer que des personnes présentes explicitement pour s'entretenir avec nous sur ce sujet. Enfin, nous pourrions nous poster auprès d'un stand de promotion de l'alimentation végétarienne, par exemple le stand tenu tous les dimanches matins sur le marché de Saint Sernin ou le stand de l'association végétarienne de France, régulièrement présent dans le centre ville de Toulouse.

Dans la même idée que pour la sous-hypothèse précédente, nous utiliserons également le principe de saturation, afin d'obtenir une diversité dans les profils d'enquêtés, tout en s'approchant d'une certitude quant à l'affirmation ou infirmation de notre sous-hypothèse. Ainsi nous estimons le

nombre d'entretiens nécessaires à une vingtaine environ. Ce chiffre pourra être revu à la baisse ou à la hausse selon la vitesse de manifestation de cette saturation des résultats obtenus.

II. Présentation des outils et traitement des données

Pour vérifier nos deux sous-hypothèses, nous avons initialement pensé à élaborer une grille d'observation pour repérer le contenu des paniers de courses ou caddies des consommateurs. En effet, nous aurions pu suivre les personnes s'approvisionnant au rayon Pet Food de supermarchés afin de voir quels produits elles choisissent (aliments végétariens, biologiques ou classiques), puis de comparer avec les produits achetés pour leur propre consommation. Cependant, cela ne nous aurait pas permis d'avoir accès à leurs motivations d'achat ou de s'assurer que les courses effectuées sont pour elles et non pour une personnes tiers. De plus, il ne serait pas correct d'estimer qu'une personne est végétarienne ou végétalienne uniquement parce qu'elle n'a pas de produits d'origine animale dans son caddy à un moment T.

Ainsi, pour vérifier notre hypothèse sur le fait que les personnes ayant des animaux de compagnie et suivant un régime alimentaire particulier nourrissent ces animaux selon les mêmes rationalités que pour leur propre alimentation, nous avons donc choisi d'utiliser l'entretien semi-directif. De ce fait, nous aurons accès aux représentations individuelles des personnes enquêtées, sans influencer leur discours par des réponses orientées, fermées, et par des modalités de réponse déjà établies. En effet, ici, au-delà de vérifier le lien entre alimentation humaine et alimentation animale décrit plus haut, nous souhaitons également comprendre pourquoi les individus opèrent certains choix plutôt que d'autres lors de leurs achats alimentaires et consommation.

Les personnes présentes sur les lieux de captation seront probablement pressées, poussées par leur objectif de départ à savoir faire leurs courses, participer à une conférence etc. Ainsi, pour optimiser nos chances d'obtenir des entretiens avec des personnes, il faut prévoir une durée d'entretien relativement courte. Ici, nous estimerons qu'une dizaine de minutes sera suffisante pour répondre à l'intégralité des questions prévues.

Nous n'excluons cependant pas la possibilité que certaines personnes auront davantage de temps, par exemple celles ayant répondu à notre appel sur les réseaux sociaux ou celles venant discuter auprès d'un stand d'information sur le végétarisme.

Pour garantir la qualité de notre démarche sociologique et son objectivité, nous nous présenterons auprès de chaque enquêté comme suit : « Etudiante en Master 1 en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation, j'effectue un mémoire de recherche sur la question de la nourriture des animaux de compagnie en France. D'une durée d'environ 10 minutes, cet entretien sera enregistré afin de garantir la véracité de vos propos lors de sa retranscription. De plus, il sera totalement anonymé et les résultats obtenus ne seront pas exploités dans un autre cadre que celui de mon mémoire. »

Pour mener à bien nos entretiens, sans omettre de questions ou de thématiques, et pour garder le fil conducteur qui nous intéresse dans notre étude, nous appuierons nos entretiens sur deux guides d'entretien élaborés au préalable. Ainsi, nous aurons prévu des relances si l'enquêté ne cerne pas trop le sens de notre question, et une place pour noter des remarques telles que des gestuelles, des intonations etc.

Voici donc les guides d'entretien adaptés à nos deux populations cibles, à savoir des mangeurs de produits issus de l'agriculture biologique possédant au moins un chat ou un chien, et des végétariens ou végétaliens possédant également au moins un de ces deux animaux.

Guide d'entretien à destination de propriétaires de chats/chiens consommateurs de produits issus de l'agriculture biologique

Thèmes	Questions	Relances	Remarques
Alimentation humaine	A quelle fréquence achetez-vous des aliments issus de l'agriculture biologique ?	Combien de fois par semaine ? Combien de fois par mois ? Pour quelle(s) occasion(s) ?	
	Pour quelle(s) raison(s) choisissez-vous d'acheter de la nourriture biologique ?	Pour la qualité, Pour le prix, Pour l'aspect environnemental, Pour les bienfaits sur la santé ?	
	Depuis quand consommez-vous ce type de produits ?	Depuis un évènement marquant, Depuis la rencontre d'un proche Depuis un problème de santé Depuis l'enfance via les parents	
Alimentation animale	Pour quelle(s) raison(s) achetez-vous de la nourriture biologique pour vos animaux ?	Pour la qualité, Pour le prix, Pour l'aspect environnemental, Pour les bienfaits sur la santé ?	
	En achetez-vous tout le temps ?	Oui, De temps en temps, Nombre de fois par mois Pour une occasion particulière	
	Quand avez-vous commencé à en acheter ?	Depuis le visionnage d'un reportage ou la lecture d'articles, Depuis la visite chez un vétérinaire	

Guide d'entretien à destination de propriétaires de chats/chiens ayant un régime alimentaire végétarien ou végétalien

Thèmes	Questions	Relances	Remarques
Alimentation humaine	Pourriez-vous me décrire votre régime alimentaire	Quels aliments sont exclus ? Quels qualificatifs utiliseriez-vous ?	
	Pour quelle(s) raison(s) avez-vous décidé d'adopter ce régime alimentaire ?	Pour l'éthique animale, Pour raison religieuse, Pour l'aspect environnemental, Pour les bienfaits sur la santé ?	
	Depuis quand consommez-vous ainsi ?	Depuis un évènement marquant, Depuis la rencontre d'un proche Depuis un problème de santé Depuis l'enfance via les parents	
Alimentation animale	Achetez-vous de la nourriture végétarienne/végétalienne pour vos animaux ?		
	Si non	Pourquoi ?	Pas adaptée au régime carnivore Trop coûteuse, Difficile à se procurer
		Y avez-vous déjà pensé ?	
		Que pensez-vous de cette alimentation ?	Pas adaptée au régime carnivore Trop coûteuse, Difficile à se procurer
	Si oui	En achetez-vous tout le temps ?	De temps en temps, Nombre de fois par mois Pour une occasion particulière
Quand avez-vous commencé à en acheter ?		Depuis le visionnage d'un reportage ou la lecture d'articles, Depuis la visite chez un vétérinaire	

A l'issue de la passation de l'ensemble de nos entretiens, nous effectuerons les retranscriptions de l'intégralité de chacun d'eux afin de garder une trace écrite fidèle au discours des enquêtés et de pouvoir en tirer des verbatims nous permettant d'affirmer ou infirmer nos hypothèses. De plus, cela nous permettra de relever d'éventuels nouveaux axes d'analyse ou de soulever de nouveaux questionnements contrairement à des retranscriptions partielles selon nos axes de recherche qui ne s'attardent que sur les thématiques initialement envisagées.

Puis, en nous basant sur ces retranscriptions, nous pourrions analyser les résultats obtenus grâce à une grille d'analyse élaborée pour chacun des deux guides et profils d'enquêtés. Avec cet outil, nous pourrions mettre en lumière les récurrences et les contradictions dans les discours, relever et interpréter la communication non verbale identifiée lors des entretiens et construire des typologies, des profils types, pour comprendre les représentations et les comportements sous-tendus dans l'acte d'achat de nourriture pour animaux dans les foyers français.

Conclusion générale

Tout au long de ce mémoire, nous avons pu aborder un certain nombre de thématiques liées à notre sujet de recherche, à savoir l'alimentation des chats et des chiens, aujourd'hui, en France. En effet, grâce à notre revue de littérature, nous avons pu retracer l'évolution historique de la place que les animaux ont tenue et tiennent dans les sociétés, et du rapport que les humains entretiennent avec eux. Puis, nous nous sommes plus précisément intéressés à ces aspects pour le cas des animaux domestiques, au sein de la société française. Ainsi, nous avons remarqué que la population française entretient des rapports particuliers aux animaux de compagnie, et notamment aux chats et aux chiens. Après avoir constaté les liens affectifs forts qui lient les français à leurs animaux de compagnie, nous nous sommes penchés sur la manière dont cela impactait l'alimentation qui est donnée à ces derniers.

Pour aborder cette problématique, nous avons essentiellement mobilisé la notion d'anthropomorphisation, qui renvoie à une vision humanisée des animaux de compagnie. Ainsi, nous avons posé différentes hypothèses, reposant essentiellement sur l'existence d'un transfert des représentations des français au sujet de l'alimentation sur celle de leurs chats et chiens. Pour construire ces hypothèses, nous nous sommes notamment appuyés sur les entretiens exploratoires menés auprès de différents acteurs sociaux de la filière de la Pet Food en France. D'une manière générale, il semblerait que l'alimentation animale d'aujourd'hui est majoritairement produite de manière industrielle, et qu'elle suit les grandes tendances de l'alimentation humaine, à savoir la médicalisation et la nutritionnalisation. En parallèle, les marchés investissent dans l'incitation au plaisir et au raffinement des produits, ainsi s'opère une segmentation de plus en plus fine pour adapter l'offre à tous les profils de consommateurs.

Pour aller plus loin dans notre étude sur l'alimentation des animaux de compagnie, nous aurions pu comparer la situation de différents pays. Cela nous aurait permis d'analyser les représentations sociales et culturelles spécifiques

liées à l'alimentation dans chaque pays, afin de voir si cela se manifeste également dans l'offre de la Pet Food et les pratiques des consommateurs. D'autres hypothèses auraient également pu être intéressantes, notamment sur le potentiel transfert de la répartition genrée des tâches ménagères dans les activités liées à l'éducation et à l'entretien des animaux de compagnie. Nous n'avons cependant pas suffisamment de données, que ce soit dans la littérature ou dans nos entretiens exploratoires, pour construire cette hypothèse. Cette piste pourra donc s'intégrer dans notre travail de recherche de deuxième année.

Dans la dernière partie de ce mémoire, nous avons proposé une méthodologie probatoire qui nous permettrait de vérifier les hypothèses que nous avons formulées en les testant sur le terrain grâce à des outils de collecte qualitatifs et quantitatifs. L'intérêt de ce travail de collecte, et des résultats obtenus, serait de comprendre et analyser dans quelles mesures l'alimentation industrielle de nos animaux de compagnie est sujette aux mêmes problématiques que celle des humains. De plus, observer la manière dont l'homme nourrit l'animal, c'est-à-dire un être qui ne peut communiquer sur ses besoins ou envies, permet de voir les représentations actuelles qu'ont les individus au sujet des animaux en général. En effet, comme nous l'avons vu dans ce mémoire, les animaux de compagnie sont quasiment les seuls animaux en contact direct avec les humains dans les sociétés modernes occidentales. Tout repose sur les images et représentations qu'ont les hommes des animaux, et la manière dont ils les mobilisent lors de l'achat de Pet Food. C'est pourquoi, lors de l'approfondissement de ce mémoire l'année prochaine, nous pourrions relever précisément quels sont les facteurs et rationalités clefs lors de cet acte de consommation, en construisant éventuellement des typologies de « maîtres-consommateurs », selon des données socio-démographiques, ou des habitudes de consommation. Enfin, ce mémoire nous permet aussi d'envisager la notion de bien-être animal au-delà de la question des animaux d'élevage, et de voir comment elle est intériorisée par les français et mise en pratique au quotidien.

Bibliographie

- BLANCHARD, Christophe. *Les maîtres expliqués à leurs chiens : Essai de sociologie canine*. Zones, 2014, 250p
- BONTE, Pierre. *Animal* dans *Dictionnaire des cultures alimentaires* (pp. 67-79) sous la direction de POULAIN, Jean-Pierre. Paris, Presses universitaires de France, 2012, 1468p.
- BOUSQUET, Georges-Henri. *Les grandes pratiques rituelles de l'islam*. PUF, 1949.
- BRISEBARE, Anne-Marie. *Nos animaux de compagnie ont-ils une âme ? A propos de quelques observations en milieu urbain*. Actes du colloque organisé par l'Ocha *L'homme, le mangeur et l'animal. Qui nourrit l'autre ?*, Paris, Observatoire Cidil des habitudes alimentaires, 2007, 327p.
- CHAPOUTHIER, Georges. *Au bon vouloir de l'homme, l'animal*. Denoël, 1990, 264p.
- DE MONTAIGNE, Michel. *Apologie de Raymond Sebond*. Essai, livre II, chap. 12. 1595.
- DESCARTES, René. *Discours de la méthode*. Evreux, Coll. L'intelligence, Evreux, 1927.
- DESPERT, Vinciane et PORCHER, Jocelyne. *Être bête*. Actes Sud, 2007, 141p.
- DIGARD, Jean-Pierre et PORCHER Jocelyne. *Des animaux de compagnies aux espèces compagnes*. Paris, séminaire au siège du CNIEL, 12 janvier 2015.
- DIGARD, Jean-Pierre. *Les Français et leurs animaux : ethnologie d'un phénomène de société*, Paris, Hachette Littérature, 2005, 281p.
- DUFOUR, Barbara. *Zoonoses, épidémiologie et mondialisation dans L'évolution des relations entre l'homme et l'animal : une approche transdisciplinaire [en ligne]*. Colloque, Paris, 29 novembre 2011.
- DURKHEIM, Emile. *Les règles de la méthode sociologique*. Paris, 1895.
- FISCHLER, Claude. *L'Homnivore*. Odile Jacob, 2001, p129-134.
- FISCHLER, Claude. *La peur dans l'assiette*. Revue Française du Marketing, 2001, 3-4, 183-184.
- FRANKLIN, Adrian. *Animals and Modern Cultures: A Sociology of Human-Animal Relations in Modernity*. Sage Publications, 1999, 224p.
- GALTON, Francis. *The first steps towards the domestication of animals*. Transactions of the ethnological society of London. N.S, vol. III, 1865.

GOUABAULT, Emmanuel et BURTON-JEANGROS, Claudine. *L'ambivalence des relations humain-animal : socio-anthropologie du monde contemporain*. Sociologie et sociétés, vol. 42, n° 1, 2010, p299-324.

GIDDENS, Anthony. *Les conséquences de la modernité*. Paris, 1994, 192p.

GUICHET, Jean-Luc. *L'évolution des relations entre l'homme et l'animal : une approche transdisciplinaire [en ligne]*. Colloque, Paris, 29 novembre 2011.

MAILLET, Marc. *Nous sommes tous des cobayes*. Éd. J.A, 1981, 205p.

MAITRE, Benjamin. *Socio-économie des propriétaires de chiens clients de l'école nationale vétérinaire de Toulouse [en ligne]*. Thèse de diplôme d'état : Docteur vétérinaire. Toulouse : Université Paul Sabatier, 2006, 112p.

MALEBRANCHE, Nicolas. *Œuvre complète I*, chapitre de la vérité. Editions du CNRS, 1958.

PASCAL, Blaise. *Préface pour un traité du vide*. 1651.

PERLES, Catherine. *Pourquoi le néolithique ? Analyse des théories, évolution des perspectives*, dans *L'homme, le mangeur, l'animal. Qui nourrit l'autre ?* (pp. 16-29) sous la direction de POULAIN, Jean-Pierre. Paris : Les cahiers de l'OCHA n° 12, 2007, 328p.

POULAIN, Jean-Pierre. *L'homme, le mangeur, l'animal : la relation homme animal à travers les modèles alimentaires*. Actes du colloque organisé par l'OCHA *L'homme, le mangeur et l'animal. Qui nourrit l'autre ?*, Paris, Observatoire Cidil des habitudes alimentaires, 2007, 327p.

POULAIN, Jean-Pierre. *Manger aujourd'hui. Attitudes, normes et pratiques*. Ed. Privat, Paris, 2002, 235p.

PLUTARQUE. *Manger la chair : Traité sur les animaux*. Traduction d'Amyot, Préface de MARGEL, Serge. Rivages poche, Paris, 2002, 73p.

RANDI, Lavik et UNNI, Kjarnes. *Bien être animal* dans *Dictionnaire des cultures alimentaires* (pp. 164-177) sous la direction de POULAIN, Jean-Pierre. Paris, Presses universitaires de France, 2012, 1468p.

REGAN, Tom. *The Case for Animal Rights*. University of California Press, 1983, 474p.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Discours sur l'origine et les fondements de l'inégalité parmi les hommes*. 1755.

ROZIN, Paul et NEMEROFF, J. Carol. *The law of Sympathetic Magic : A psychological analysis of similarity, and contagion* dans *Cultural. Psychology : Essays on comparative*, 1990.

THINES, Georges. *L'éthologie à l'heure de son jubilé*. Encyclopædia universalis, 1990, p168.

WALTER, Virginie Valérie. *Contribution à l'étude de l'évolution historique du chat : ses relations avec l'homme de l'Antiquité à nos jours [en ligne]*. Thèse de diplôme d'état : Docteur vétérinaire. Toulouse : Université Paul Sabatier, 2007, 142p.

YONNET, Paul. *Jeux, Modes et Masses. Les Français et le moderne*. Gallimard, 1985, p217.

Table des matières

INTRODUCTION GENERALE	9
PARTIE 1 - CADRAGE THEORIQUE.....	11
CHAPITRE 1 – LA RELATION HOMME-ANIMAL	12
I. Définition des frontières entre l’humanité et l’animalité.....	12
II. Processus de domestication	13
III. La place de l’animal dans les religions	14
1. Les religions monothéistes.....	15
1.1 Le christianisme.....	15
1.2 Le Judaïsme	15
1.3 L’islam.....	16
2. Les religions bouddhiste et hindouiste.....	16
2.1 Le bouddhisme	16
2.2 L’hindouisme	17
IV. L’animal dans la philosophie orientale	17
1. Une conception de l’animal-objet.....	17
1.1 Descartes	18
1.2 Malebranche.....	18
1.3 Pascal	18
2. Une vision qui tend vers l’égalité homme-animal.....	19
1.1. Plutarque	19
1.2. Montaigne	20
1.3. Rousseau.....	20
V. Changement du statut de l’animal dans les sociétés occidentales	21
1. Evolution du statut de l’animal dans les représentations sociales	21
1.1. Classification moderne des animaux	21
1.1.1. Les animaux utilitaires	21
1.1.2. Les animaux de compagnie.....	22
1.1.3. Les animaux sauvages.....	22
1.2. Emergence de nouvelles données dans nos rapports aux animaux.....	23
1.2.1. La déqualification.....	23
1.2.2. La sensibilisation	23
2. Chronologie des évolutions juridiques.....	24
3. Augmentation des préoccupations du bien être animal	25
4. Facteurs de séparation entre hommes et animaux	25
CHAPITRE 2. UNE VISION ANTHROPOCENTREE DE L’ANIMAL.....	27
I. Processus d’anthropomorphisation de nos relations aux animaux	27
1. Définition de l’anthropomorphisme	27
2. Analogisme avec les enfants	27

3.	L'animal, nouvel outil de compensation	28
3.1.	Un palliatif à l'éloignement de la nature	28
3.2.	L'animal comme nouveau vecteur de stabilité sociale.....	28
3.3.	Fonction de faire-valoir de l'animal.....	29
4.	Projection de nos besoins et désirs de consommation.....	30
II.	Les français et leur passion pour les Pets.....	30
1.	Principales caractéristiques du marché des Pets	31
2.	Principales caractéristiques des propriétaires	32
3.	Focale sur le marché de la Pet Food.....	32
3.1	Bref état des lieux.....	32
3.2	Une alimentation qui suit les tendances humaines.....	33
3.2.1.	Une alimentation médicalisée.....	34
3.2.2.	Un marché du plaisir	35
CHAPITRE 3. ETUDE DE DEUX CAS PARTICULIERS.....		37
I.	Evolutions historiques du chat, entre passion et désaveux.....	37
4.	Le chat dans l'Antiquité.....	37
4.1	En Egypte.....	37
4.2	En Grèce.....	38
4.3	En Inde et en Chine.....	38
5.	L'histoire du chat en France	39
5.1	Du Moyen-âge à la Renaissance	39
5.1.1	Le chat chez les paysans.....	39
5.1.2	Le chat et la religion chrétienne.....	39
5.2	Du XVIème au XVIIIème siècle	40
5.3	Le chat aujourd'hui.....	40
II.	Le chien, meilleur ami de l'homme ?	41
1.	Début de sa domestication	41
2.	Un animal aux rôles multiples	41
2.1.	Aide aux travaux	41
2.2.	Auxiliaire médical	42
2.3.	Support éducatif.....	42
3.	Statut social actuel	43
PARTIE 2 - HYPOTHESES.....		45
CHAPITRE 1. PROBLEMATISATION.....		46
CHAPITRE 2. HYPOTHESE N°1 : TRANSFERT DES REPRESENTATIONS		48
I.	Sous-hypothèse n°1 : Il y a une attention accrue apportée à la composition et à la qualité des aliments pour animaux.	49
II.	Sous-hypothèse n°2 : Dans l'alimentation humaine comme dans la Pet Food, les aliments classés « bas de gamme » sont perçus comme vecteur de mauvaise santé pour les animaux.	52

CHAPITRE 3. HYPOTHESE N°2 : MIMETISME DES CHOIX DE CONSOMMATION .. 56

I. Sous-hypothèse n°1 : Les propriétaires d’animaux qui consomment une alimentation biologique les nourrissent également avec de la nourriture biologique..... 57

II. Sous-hypothèse 2 : Les personnes qui adoptent un régime végétarien donnent une alimentation végétarienne à leurs animaux de compagnie..... 59

PARTIE 3. METHODOLOGIE PROBATOIRE..... 63

CHAPITRE 1. LES OUTILS DE COLLECTE 65

I. La méthode qualitative..... 65

1. L’entretien individuel 65

2. Le focus group 66

3. L’observation..... 66

II. La méthode quantitative 67

CHAPITRE 2. METHODOLOGIE PROBATOIRE POUR L’HYPOTHESE 1 69

I. Choix de la population cible et captation..... 69

II. Présentation de l’outil et traitement des données 70

CHAPITRE 3. METHODOLOGIE PROBATOIRE POUR L’HYPOTHESE 2 75

I. Choix des populations cibles et captations 75

1. Les consommateurs d’aliments issus de l’agriculture biologique..... 75

2. Les consommateurs végétariens ou vegans..... 77

II. Présentation des outils et traitement des données 78

CONCLUSION GENERALE 83

BIBLIOGRAPHIE 85

Résumé

Dans un contexte où le statut de l'animal passe d'un bien à un sujet sensible et où la science affine la frontière entre êtres vivants humains et non humains, les rapports qu'ils entretiennent changent. Les modes de vie des sociétés modernes s'urbanisent, entraînant un éloignement de la nature, une montée de l'individualisme et un bouleversement des rôles sociaux. Cependant, les hommes ont besoin d'un contact avec d'autres êtres vivants, qu'ils satisfont grâce à la présence d'animaux de compagnie. Ainsi, ils entrent dans notre intimité, compensent les vides créés par la modernité et garantissent une certaine stabilité de la société. Ces animaux omniprésents ont des besoins que les hommes tentent d'interpréter, en fonction de leurs propres représentations. Ici, on s'intéressera à ce phénomène dit d'anthropomorphisation aujourd'hui en France, en se focalisant plus précisément sur les chats et les chiens afin de voir comment se manifeste concrètement cette anthropomorphisation notamment à travers l'alimentation qui leur est destinée.

Mots-clés : relation homme-animal - anthropomorphisation - nourriture pour animaux-animal de compagnie

Summary

In a context where the status of the animals moves from a good to a sensitive subject and where the science tweaks the frontier between animals and humans, their relationships are changing. Lifestyles in modern societies become more urban, the nature moves away from towns, the individualism increases and social roles are upset. However, humans need a contact with others living being, they satisfy thanks to the pet's presence. In this way, these pets enter in our privacy, compensate the voids created by the modernity and ensure a certain stability among the society. These omnipresent animals have some needs that humans try to interpret, according to their own regard. Here, we are interested in this current phenomenon of anthropomorphisation in France, and especially in the cases of cats and dogs. The goal of this document is to analyze how this anthropomorphisation manifests with the food people give to them.

Key-words : human-animal relationships - anthropomorphisation - Pets - Pet Food