

retrouvent indexés sur le gabarit. C'est particulièrement le cas du Saint-Bernard, que les Anglais façonnent à partir de la fin du XIXe siècle en privilégiant les chiens les plus volumineux et avec la contribution du mastiff. Il y a aussi le Terre-Neuve, que la cynophilie anglaise modèle aussi, avec peut-être l'apport du précédent, et qui devient un chien à la mode au-delà de ses frontières ; en 1873 par exemple, c'est la race comptant le plus de reproducteurs à l'élevage canin du Jardin d'Acclimatation à Paris. Citons en outre le Colley, extrait de l'aréopage des chiens de berger de la ruralité écossaise : c'est non la taille qui suscite ici l'intérêt, mais l'élégance des formes et l'opulence de la fourrure, travaillées en cynophilie pour en faire un chic chien de compagnie.

Les modes canines émergeant au sein des élites sociales et faisant de telle ou telle variété un objet d'attraction mimétique et dès lors un signe de prestige, ne sont pas une invention intégrale de la cynophilie moderne ; par exemple, Keys rapporte dans son traité qu'à son époque, « nous autres Anglais étant des gloutons béant avidement devant les nouveautés et les choses rares, étranges ou difficiles à avoir », des épagneuls importés de France suscitent l'engouement parce qu'ils sont « entièrement tavelés de blanc et de noir, ces couleurs mélangés inclinant à un bleu marbré qui embellit leur pelage. » Mais elle a assurément renforcé et élargi le phénomène, compte tenu du fait qu'avec une race standardisée, on peut par un travail attentif reproduire d'une génération à l'autre les traits désirés, et qu'une recherche esthétisante est venue s'ajouter à la sélection fonctionnelle voire parfois la remplacer, certaines races se voyant déconnectées de la fonction de variétés précynophiles dont elles sont censées au moins en partie procéder : les deux caractéristiques essentielles du Yorkshire terrier, par exemple, taille minuscule et long poil soyeux, sont tout à fait incompatibles avec le déterrage.

Le développement de l'œuvre cynophile n'est pas étranger d'ailleurs à la mentalité d'esthètes collectionneurs que développent certains amateurs, s'attachant à la possession de sujets spectaculaires ou rares. L'expansion des empires coloniaux et des expéditions notamment britanniques fournit à leur curiosité de nouveaux chiens venus de loin. Déjà en 1852, dans son récit de voyages *Caprices et Zigzags*, Théophile Gautier ironisait sur un riche Anglais amateur de chiens ne voulant que du « fabuleux, fantastique, introuvable. » C'est pourquoi la cynophilie n'a pas seulement entrepris de fixer des variétés locales des morphotypes ancestraux ; des recombinaisons sont opérées dans ce foisonnement sélectif pour créer de nouvelles

racés *ex nihilo* (comme le chien nu chinois), composées pour ainsi dire comme des œuvres d'art. Puis dans les pays riches, à partir des Trente Glorieuses, avec la montée en puissance de la société de consommation et le développement du temps libre, le chien dédié principalement à la compagnie s'installe plus largement au sein des foyers et le chien de race se démocratise, n'étant pas un achat ni un critère de luxe pour beaucoup d'amateurs ; les races les plus chères ne sont certes pas accessibles à tous, mais ce critère économique ne sert pas en général de différenciation sociale marquée pour les propriétaires de chiens (Blanchard, 2014).

Mais c'est moins le cas par exemple dans la société chinoise où l'émergence plus récente d'une nouvelle classe moyenne-supérieure aisée, à partir des années 1990, dotée d'une forte appétence pour les produits haut de gamme reflétant cette ascension socio-économique, y a conféré à certaines races un nouveau rôle de faire valoir. Il peut s'agir de chiens nains, mais tout particulièrement du dogue du Tibet, avec la sélection de gabarits très massifs à la fourrure abondante, promus comme des simulacres léonins – on retrouve donc l'antique analogie. Un cas célèbre est celui d'un sujet fauve pesant a priori 90 kg, acheté en 2014 par un promoteur immobilier pour 12 millions de yuans (1,4 million €).

Dans les pays occidentaux, si aucune race n'atteint de tels prix, les modes canines continuent de prospérer, se succédant les unes aux autres. Dans certains cas, ce sont des célébrités, dotée qui plus est d'une forte audience digitale, qui peuvent lancer des modes, comme actuellement celle du Chihuahua qu'on voit aux bras de telle ou telle *it girl*, et la race acquiert un nouveau statut de distinction sociale. Quant au Bouledogue français, qui fait un tabac aux USA, s'étant hissé à la 1<sup>ère</sup> place des statistiques AKC, sa mode a été poussée par diverses vedettes du show-biz et du sport. Le prix peut actuellement dépasser 20 000 \$ pour des sujets non conformes au standard, comme un dénommé *Pink fluffy french bulldog* au poil mi-long blanc avec muqueuses roses, leur valeur suscitant d'ailleurs une flambée de vols. Des tels chiens ont donc acquis un statut d'objet de luxe.

Même quand il ne s'agit pas d'inventer des phénotypes non conformes, la condition de possibilité de tout objet de luxe étant la rareté, ce peut être une race rare dans son ensemble qui revêt à un moment un rôle de distinction sociale, en particulier si elle conjoint beauté plastique, attrait « exotique » et détail inhabituel ; ce fut le cas du husky sibérien aux yeux bleus, porteur de rêves