Les tortues en péril

Alors que le film *Tortues Ninja* vient de sortir en salles, des spécialistes s'inquiètent de voir les gens acheter des animaux par effet de mode, avant de les abandonner au bout de quelques mois.

BAPTISTE ZAPIRAIN Agence QMI

alheureus e ment, oui, avec les Tortues Ninja, c'est sûr que les gens vont vouloir acheter des tortues.»

Angèle Vandoorne, propriétaire de Magazoo, une animalerie montréalaise spécialisée dans les reptiles, pourrait se réjouir à l'idée d'augmenter son chiffre d'affaires. Ce n'est pas le cas.

À long terme, elle craint plutôt de voir ces animaux abandonnés dans les refuges ou lâchés dans la nature.

«Les gens achètent de jeunes tortues grandes comme des pièces de 2 \$. Mais les tortues, ça vit 20 ou 25 ans, ça prend une nourriture, une chaleur, un éclairage particuliers. Et au bout d'un an, c'est beaucoup plus gros, ça vient à 25 cm.»

Le film est sorti vendredi. Pour l'instant, ses chiffres de recettes ne sont pas significatifs.

Et Angèle Vandoorne est plutôt du genre à sensibiliser ses clients sur ce qu'implique l'adoption d'un reptile.

«Mais attendez trois ou quatre semaines, le temps qu'un enfant en ait une, que la petite voisine veuille la même et ainsi de suite», anticipe-t-elle.

Les 101 dalmatiens

Il faut dire que le phénomène ne serait pas nouveau. Du côté de la SPCA, on se souvient encore de l'impact de la sortie du film Les 101 dalmatiens en 1996.

«C'était vraiment incroyable. Il y a eu tellement de gens qui voulaient un dalmatien. Mais dans les trois années qui ont suivi, on en a eu beaucoup dans les refuges», se souvient Anita Kapuscinska, porte-parole de la SPCA.

«Je suis toujours un peu inquiète quand sort un film avec un animal. Les gens ne vont pas acquérir ces animaux pour les bonnes raisons. Il y avait eu la même chose avec les labradors pour Marley and me», ajoutet-elle.

Telus et les caméléons

Le même phénomène fonctionne aussi avec la publicité, indique Angèle Vandoorne.

«Quand Telus a fait des annonces avec des caméléons, j'ai eu plein de clients qui en voulaient. J'ai dû leur expliquer qu'ils ne changeaient pas de couleur exactement comme dans l'annonce», se souvient la commerçante.

Les conséquences peuvent être dramatiques pour les animaux abandonnés: environ 75% d'entre eux finissent euthanasiés, rien que dans la métropole.