



Bayer HealthCare S.A.S.  
Activité Animal Health  
10, place de Belgique  
BP 103  
92250 La Garenne-Colombes  
Cedex  
Tel.+ 01 49 06 50 00  
[www.bayer.fr](http://www.bayer.fr)

## Communiqué de presse

### Santé animale et Digital : Le cabinet vétérinaire 2.0

### Les premières Rencontres VETOLUTION

**La Garenne-Colombes, le 27 mars 2018** – L'activité santé animale de Bayer a organisé le 21 mars, les premières Rencontres VETOLUTION où comment développer le digital et le concept de cabinet vétérinaire 2.0. Nouveaux comportements clients, nouvelles innovations numériques disponibles pour développer sa clinique, référencement sur internet, e-réputation, autant de thèmes traités lors de plusieurs conférences, table ronde et un atelier « World Café » réservés aux professionnels vétérinaires. Par ailleurs, durant toute la durée de l'évènement, plusieurs start-up dédiées à la profession vétérinaire se sont mises à la disposition des vétérinaires pour échanger et partager des pratiques et services innovants permettant d'améliorer la relation client. L'objectif de cette belle initiative : répondre aux besoins grandissants des vétérinaires dans ce domaine et les accompagner vers cette transformation digitale. Un succès pour cette première édition qui a rassemblé divers intervenants et près de 200 participants tous très à l'écoute.

Dans un contexte de fortes pressions économiques et sociétales (bien-être animal, interrogation grandissante des consommateurs sur la qualité des produits consommés ...), la profession vétérinaire est actuellement en pleine évolution. Les clients éleveurs et propriétaires d'animaux de compagnie expriment de nouvelles attentes et exigences. La transformation digitale avec de nouveaux usages et de nouveaux objets connectés impacte inévitablement les pratiques des vétérinaires au quotidien. Pour améliorer sa chaîne de valeur, le vétérinaire peut désormais s'appuyer sur les objets connectés, les applications numériques et l'intelligence Artificielle. Grâce à ces innovations, la médecine animale (comme la santé humaine) tend de plus en plus vers la médecine des 4P : Prédictive / Préventive / Personnalisée / Participative.



Chez Bayer, l'équipe Animal Health recherche des solutions scientifiques et d'accompagnement à la fois les plus efficaces et en phase avec les attentes des clients et de la société. L'objectif est de permettre aux vétérinaires, aux éleveurs et propriétaires d'animaux de compagnie et de rente de protéger les animaux au quotidien. Il est clair que la profession vétérinaire a un rôle clé d'expert médical au-delà de la pure délivrance, notamment dans la prévention, le suivi et l'accompagnement des animaux. En reconnaissance de ce rôle, Bayer a la forte volonté de travailler en partenariat avec la profession vétérinaire en offrant des produits reconnus, de haute qualité et aussi des solutions innovantes au-delà du produit. C'est la raison pour laquelle, Bayer a souhaité organiser ces premières Rencontres VETOLUTION.

## **En savoir plus sur les thèmes abordés lors des Rencontres VETOLUTION :**

### **1. L'évolution de l'entreprise à une entreprise 2.0**

Le Dr Marc Damez-Fontaine, Directeur Data Analytics – Intelligence Artificielle Leader fait un rappel sur l'évolution vers cette transformation numérique. *« La technologie bouleverse nos vies quotidiennes et impose de nouveaux enjeux aux entreprises : nouvelles attentes clients, technologies nouvelles et disruptives qui vont transformer profondément la relation avec le client, nouveaux marchés et nouvelles opportunités pour les entreprises. A l'heure où de nouvelles technologies apparaissent tous les jours, nos usages et nos modes de consommations sont largement transformés. En 2020, il y aura*



*7 fois plus d'appareils connectés que d'humain sur la planète. »* Puis, Madame Elisabeth Hachmanian, Associée en charge du secteur public et santé / protection sociale chez PwC Advisory de compléter : *« dans le secteur de la santé, la formation, la recherche, l'aide au diagnostic, la personnalisation des traitements sont autant de sujets qui évoluent très rapidement. Cela implique de nouvelles compétences et les entreprises doivent développer une culture digitale ».*

Le Dr Damez-Fontaine précise également que *« l'expérience du patient et du client est également en pleine transformation. Le parcours digital (du site web jusqu'à la clinique en passant par les communications ponctuelles), la meilleure connaissance de chaque client, la transparence et la confiance sont autant d'attentes qu'il faut adresser. »* Et Madame Hachmanian de conclure : *« ce sont donc de nouveaux métiers et de nouveaux services qui créés des opportunités et il faut penser la transformation de son activité plutôt que de la subir. Il importe d'anticiper les conséquences de ces impacts pour tirer pleinement parti des leviers de transformation attendus et pour accélérer l'adoption des nouvelles technologies par les professionnels de santé. »*

### **2. L'entreprise vétérinaire 2.0, une perpétuelle évolution**

Dr Vre Eric Lejeau, Secrétaire Général du SNVEL explique comment les entreprises vétérinaires 2.0 doivent s'adapter à leur environnement. *« Les évolutions de la société tant dans le rapport au travail, qu'à l'animal nécessitent une agilité permanente des entreprises vétérinaires. De plus, la concurrence impose à l'entreprise vétérinaire de s'adapter à de nouveaux modes de consommation des services et des produits. La tendance est plutôt au regroupement de compétence avec une spécialisation des rôles de chacun. Des équipes pluridisciplinaires et parfois pluriprofessionnelles se constituent pour répondre aux nouvelles attentes des clients. Ainsi, on voit l'apparition en France de réseaux de clinique déjà installés et reconnus en Europe voire dans le monde entier. Ces groupes à capitaux non vétérinaires souhaitent déployer leur modèle à l'instar de ce qu'ils ont fait dans les autres pays européens. En fonction des pays européens, 10 à 20% des entreprises vétérinaires sont détenues par ces groupes. Certains d'entre eux emploient plus de 10000 vétérinaires dans le monde. »*

### **3. Impact des solutions innovantes et des technologies digitales sur l'économie de l'entreprise vétérinaire 2.0**

Philippe Baralon DV, MBA, Associé-Gérant de Phylum, consultant en practice management vétérinaire revient sur un rappel historique et économique du métier de vétérinaire. *« Le métier de vétérinaire praticien auprès des animaux de compagnie s'inscrit dans l'histoire récente. Ce marché se développe rapidement, sous l'impulsion d'un renforcement permanent de l'offre face à ce qui apparaît comme une demande solide dont on n'aperçoit pas les limites. Dès l'origine, les innovations ont joué un rôle majeur dans cette croissance. Et, les médias sociaux ont ouvert de*

nouvelles possibilités. On peut citer également la diversification des moyens de paiement ou l'essor de l'E-commerce – concurrent redoutable ou outil de renforcement des entreprises vétérinaires sur le marché. De même, l'utilisation judicieuse des médias sociaux anticipe et prolonge les visites physiques à la clinique contribuant à constituer une communauté de clients. Enfin, les dispositifs de prise de rendez-vous ou de vente de produits en ligne étendent les plages d'interactions possibles avec l'entreprise vétérinaire 2.0. Combinées, ces innovations transforment radicalement la relation et l'expérience client, inscrivant la clinique au cœur de la communauté de ses clients, renforçant sa présence, sa capacité de prescription et finalement son économie », explique-t-il.

#### **4. Le référencement sur Internet : comment améliorer sa visibilité sur la toile**

Nathalie Grimaud, Consultante et formatrice indépendante en marketing digital, explique : que « pour les vétérinaires, le référencement est le meilleur moyen d'attirer de nouveaux clients et de se faire connaître dans un rayon proche de leur cabinet. C'est une stratégie de communication à la portée de tous. »

Elle précise qu' « un bon référencement est primordial pour augmenter la visibilité du site internet des structures vétérinaire sur les principaux moteurs de recherche. De nos jours, les recherches sur Google représentent plus de 4 milliards de requêtes par jour, plus de 30 000 milliards de pages indexées et plus de 20 milliards de sites visités quotidiennement. Il est évidemment très intéressant que les cliniques vétérinaires soient présentes sur le net pour se faire connaître et recruter de nouveaux clients, mais également pour fidéliser sa clientèle actuelle. Une présence sur internet est en effet indispensable mais à condition d'être visible et donc bien positionné sur les moteurs de recherche. Il est important d'adapter le référencement du site internet de sa clinique vétérinaire aux objectifs fixés afin d'être bien positionné sur des recherches par localisation et/ou par spécialité. »

#### **5. L'e-réputation : comment surveiller et améliorer la réputation numérique du cabinet vétérinaire**

Charlotte Turcat, Conseil en marketing digital : « Avis, commentaires, notes,... nous sommes présents sur le web malgré nous. Les clients ont la parole, pour le meilleur ou pour le pire. Le temps de découvrir les outils indispensables pour maîtriser sa réputation numérique. L'e-réputation c'est la perception de votre clinique relayée en ligne par votre public, vos clients. Comment se construit-elle ? Partout où des outils donnent la main au public pour donner son avis. C'est la version moderne du traditionnel bouche-à-oreille » indique-t-elle.

« Si vous ne vous occupez pas de votre e-réputation, d'autres vétérinaires occuperont le devant de la scène, voire des clients plus ou moins satisfaits prendront la parole pour vous... Acceptez que votre présence digitale devienne plus importante que votre présence physique ! » conclut-elle.

A la fin des conférences, un atelier « **World Café** » a été proposé aux participants sur les différentes thématiques du cabinet vétérinaire 2.0. L'occasion de réfléchir ensemble et d'apporter des solutions concrètes sur trois questions :



- Quels sont les nouveaux services et outils digitaux pour valoriser mon activité vétérinaire ?
- Quelles sont les nouvelles actions que je peux mettre en place pour ouvrir mon cabinet au monde extérieur à travers le digital ?

- Quelles sont les nouvelles façons de travailler dans mon cabinet pour m'adapter à mon environnement ?

Ce rendez-vous a mis en exergue les enjeux du cabinet vétérinaire 2.0, notamment dans la perspective d'avoir une structure plus ouverte et en interaction avec leurs clients.

Fort de ce succès, Bayer a prévu d'organiser d'autres événements de ce type afin d'accompagner les professionnels vétérinaires.

Retrouvez aussi l'actualité du groupe sur le site [www.bayer.fr](http://www.bayer.fr)  
et suivez-nous sur: @Bayer\_FR

**Votre contact :**

**Stéphanie Goutorbe**

Communication Bayer, activité Animal Health France

04 72 85 49 28 - [stephanie.goutorbe@bayer.com](mailto:stephanie.goutorbe@bayer.com)

**À propos de Bayer**

Bayer est un groupe international des Sciences de la vie, dont les cœurs de métier sont la santé et l'agriculture. Les produits et services de Bayer sont conçus pour répondre aux enjeux d'une population mondiale croissante et vieillissante, en protégeant chacun au quotidien. Le Groupe vise également à créer de la valeur par l'innovation et le développement de ses activités. Bayer est engagé en matière de responsabilité sociétale, et la marque Bayer est gage de confiance, fiabilité et qualité partout dans le monde. En 2018, Bayer comptait près de 117 000 salariés et a réalisé un chiffre d'affaires de 39,6 milliards d'euros. Ses investissements se sont élevés à 2,6 milliards d'euros et le Groupe a consacré 5,2 milliards d'euros à la R&D. Pour plus d'informations, consultez [www.bayer.com](http://www.bayer.com).

**Déclarations de nature prévisionnelle**

Ce communiqué peut contenir des déclarations de nature prévisionnelle fondées sur les hypothèses et pronostics actuels des équipes dirigeantes du Groupe Bayer ou de ses sociétés opérationnelles. Ces déclarations peuvent se révéler inexactes et sont dépendantes de facteurs de risque pouvant conduire à des écarts substantiels entre les résultats, la situation financière, l'évolution ou les performances réels de la société et ceux exprimés dans les prévisions. Ces facteurs de risque incluent ceux figurant dans les documents publics disponibles sur le site Internet de Bayer : [www.bayer.com](http://www.bayer.com). La société n'assume aucune responsabilité concernant la mise à jour due à des informations nouvelles ou à des événements futurs ou autres.