

CAMPUS VETERINAIRE DE LYON

Année 2023 - Thèse n° 157

GUIDE D'INSTALLATION EN PRATIQUE VETERINAIRE LIBERALE CANINE

THESE

Présentée à l'Université Claude Bernard Lyon 1
(Médecine – Pharmacie)

Et soutenue publiquement le 18 décembre 2023
Pour obtenir le titre de Docteur Vétérinaire

Par

PARCOLLET Jean-Baptiste

CAMPUS VÉTÉRINAIRE DE LYON

Année 2023 - Thèse n° 157

GUIDE D'INSTALLATION EN PRATIQUE VÉTÉRINAIRE LIBÉRALE CANINE

THESE

Présentée à l'Université Claude Bernard Lyon 1
(Médecine – Pharmacie)

Et soutenue publiquement le 18 décembre 2023
Pour obtenir le titre de Docteur Vétérinaire

Par

PARCOLLET Jean-Baptiste

Liste des enseignants du Campus Vétérinaire de Lyon (20-03-2023)

Pr ABITBOL	Marie	Professeur
Dr ALVES-DE-OLIVEIRA	Laurent	Maître de conférences
Pr ARCANGIOLI	Marie-Anne	Professeur
Dr AYRAL	Florence	Maître de conférences
Pr BECKER	Claire	Professeur
Dr BELLUCO	Sara	Maître de conférences
Dr BENAMOU-SMITH	Agnès	Maître de conférences
Pr BENOIT	Etienne	Professeur
Pr BERNY	Philippe	Professeur
Pr BONNET-GARIN	Jeanne-Marie	Professeur
Dr BOURGOIN	Gilles	Maître de conférences
Dr BRUTO	Maxime	Maître de conférences
Dr BRUYERE	Pierre	Maître de conférences
Pr BUFF	Samuel	Professeur
Pr BURONFOSSE	Thierry	Professeur
Dr CACHON	Thibaut	Maître de conférences
Pr CADORÉ	Jean-Luc	Professeur
Pr CALLAIT-CARDINAL	Marie-Pierre	Professeur
Pr CHABANNE	Luc	Professeur
Pr CHALVET-MONFRAY	Karine	Professeur
Dr CHANOIT	Gillaume	Professeur
Dr CHETOT	Thomas	Maître de conférences
Pr DE BOYER DES ROCHES	Alice	Professeur
Pr DELIGNETTE-MULLER	Marie-Laure	Professeur
Pr DJELOUADJI	Zorée	Professeur
Dr ESCRIOU	Catherine	Maître de conférences
Dr FRIKHA	Mohamed-Ridha	Maître de conférences
Dr GALIA	Wessam	Maître de conférences
Pr GILOT-FROMONT	Emmanuelle	Professeur
Dr GONTHIER	Alain	Maître de conférences
Dr GREZEL	Delphine	Maître de conférences
Dr HUGONNARD	Marine	Maître de conférences
Dr JOSSON-SCHRAMME	Anne	Chargé d'enseignement contractuel
Pr JUNOT	Stéphane	Professeur
Pr KODJO	Angeli	Professeur
Dr KRAFFT	Emilie	Maître de conférences
Dr LAABERKI	Maria-Halima	Maître de conférences
Dr LAMBERT	Véronique	Maître de conférences
Pr LE GRAND	Dominique	Professeur
Pr LEBLOND	Agnès	Professeur
Dr LEDOUX	Dorothee	Maître de conférences
Dr LEFEBVRE	Sébastien	Maître de conférences
Dr LEFRANC-POHL	Anne-Cécile	Maître de conférences
Dr LEGROS	Vincent	Maître de conférences
Pr LEPAGE	Olivier	Professeur
Pr LOUZIER	Vanessa	Professeur
Dr LURIER	Thibaut	Maître de conférences
Dr MAGNIN	Mathieu	Maître de conférences
Pr MARCHAL	Thierry	Professeur
Dr MOSCA	Marion	Maître de conférences
Pr MOUNIER	Luc	Professeur
Dr PEROZ	Carole	Maître de conférences
Pr PIN	Didier	Professeur
Pr PONCE	Frédérique	Professeur
Pr PORTIER	Karine	Professeur
Pr POUZOT-NEVORET	Céline	Professeur
Pr PROUILLAC	Caroline	Professeur
Pr REMY	Denise	Professeur
Dr RENE MARTELLET	Magalie	Maître de conférences
Pr ROGER	Thierry	Professeur
Dr SAWAYA	Serge	Maître de conférences
Pr SCHRAMME	Michael	Professeur
Pr SERGENTET	Delphine	Professeur
Dr TORTEREAU	Antonin	Maître de conférences
Dr VICTONI	Tatiana	Maître de conférences
Dr VIRIEUX-WATRELOT	Dorothee	Chargé d'enseignement contractuel
Pr ZENNER	Lionel	Professeur

Remerciements au jury

A Monsieur le Professeur Pierre COCHAT,

Professeur de l'Université Claude Bernard Lyon 1, Faculté de médecine de Lyon

Pour m'avoir fait l'honneur d'accepter la présidence du jury.

Hommages respectueux.

A Madame la Professeure Denise REMY,

Professeure de VetAgro Sup, Campus vétérinaire de Lyon,

Pour avoir accepté d'encadrer ce travail de thèse,

Pour votre soutien et votre bienveillance à mon égard, pour vos précieux conseils,

Sincères et chaleureux remerciements.

A Monsieur le Professeur Jérôme CHABANNE - RIVE,

Professeur de l'école de Management IAE de Lyon,

Pour avoir accepté de prendre part au jury de cette thèse,

Mes sincères remerciements.

Table des matières

Table des annexes.....	11
Table des figures	13
Table des tableaux.....	15
Liste des abréviations	17
Introduction	19
Partie 1 : Étude de marché.....	21
I. Le marché de l’animal de compagnie en France.....	21
1. Importance du marché de l’animal de compagnie en France.....	21
2. Population des animaux de compagnie en France	21
3. Médicalisation des animaux de compagnie en France	23
4. Dépenses annuelles moyennes par animal de compagnie	24
5. Évolution du budget consacré aux animaux de compagnie	26
II. Le marché vétérinaire en France	27
1. Évolution du chiffre d’affaires vétérinaire	27
2. Chiffre d’affaires vétérinaire par espèce	29
III. Le marché de l’alimentation des animaux de compagnie.....	31
IV. Synthèse	33
Partie 2 : Choix du lieu d’exercice	35
I. Étude de la population des animaux de compagnie en France.....	35
1. Répartition des animaux de compagnie en France.....	36
2. Évolution du nombre d’animaux de compagnie en France.....	45
II. Étude de la répartition des vétérinaires exerçant une activité canine en France	49
III. Identification d’une zone d’installation d’une clinique vétérinaire	52
1. A l’échelle nationale.....	55
2. A l’échelle départementale.....	57
3. A l’échelle locale.....	69
Partie 3 : Création de l’entreprise.....	71
I. Dossier bancaire	71
1. Plan de financement	71
2. Business plan.....	72
a. Présentation du projet.....	72
b. Bilan prévisionnel	73
II. L’entreprise vétérinaire	79
1. Le statut juridique.....	79
a. Les premières formes de sociétés.....	79

b.	Les statuts juridiques les plus utilisés aujourd'hui.....	79
(1)	Responsabilité des dettes.....	80
(2)	Régime fiscal de la société.....	80
(3)	Régime fiscal de l'associé.....	81
(4)	Régime social de l'associé.....	83
2.	Local professionnel.....	85
3.	Démarches administratives.....	86
III.	Les assurances.....	88
1.	L'assurance responsabilité civile professionnelle.....	88
2.	La protection juridique.....	88
3.	L'assurance du local professionnel.....	89
4.	La responsabilité civile d'exploitation.....	89
5.	L'assurance perte d'exploitation.....	89
6.	La complémentaire frais médicaux.....	90
7.	L'incapacité temporaire de travail.....	91
8.	L'invalidité.....	92
IV.	La comptabilité.....	93
1.	La déclaration de TVA.....	93
2.	La déclaration fiscale.....	94
Partie 4 :	Installation de la clinique vétérinaire.....	95
I.	L'aménagement de la clinique vétérinaire.....	95
1.	L'espace extérieur.....	95
a.	La façade.....	95
b.	Le parking.....	96
2.	La zone publique.....	96
a.	La zone d'accueil.....	97
b.	La zone d'attente.....	98
c.	Les zones de vente.....	99
3.	La zone semi-publique.....	101
a.	Les salles de consultation.....	101
b.	La salle de radiologie.....	102
c.	La salle de visite pour les animaux hospitalisés.....	103
4.	La zone privée.....	103
a.	Le chenil, la chatterie et l'espace destiné aux animaux contagieux.....	103
b.	La salle de chirurgie.....	105
c.	La salle de préparation à la chirurgie.....	106
d.	Le laboratoire.....	106

e.	La pharmacie	106
f.	Le sas de livraison	107
g.	Le bureau privé.....	107
h.	La salle de pause	108
5.	Équipements et matériels vétérinaires.....	109
Partie 5 : Organisation de la clinique vétérinaire		115
II.	La gestion de la clinique vétérinaire au quotidien.....	115
1.	Le logiciel de gestion	115
2.	Le stock	117
a.	La gestion des stocks.....	117
b.	Les centrales d'achats.....	119
III.	La communication externe de la clinique vétérinaire	120
1.	L'importance d'une identité propre.....	120
2.	La communication numérique.....	121
a.	Le code de déontologie vétérinaire	121
b.	Les pratiques numériques des Français	122
(1)	L'importance d'internet.....	122
(2)	Une connexion mobile	122
c.	Le site internet.....	123
(1)	L'intérêt du site internet	123
(2)	La création du site internet	125
d.	Les réseaux sociaux.....	126
IV.	Améliorer l'expérience client : des services innovants	130
1.	La boutique en ligne	130
2.	La prise de rendez-vous en ligne.....	132
3.	La téléconsultation	134
4.	Les plans de santé.....	136
Conclusion.....		137
Bibliographie.....		139
Annexes.....		149

Table des annexes

Annexe 1 : Classement des départements en fonction du chiffre d'affaires par équivalent vétérinaire canin	150
---	-----

Table des figures

Figure 1 : Population d'animaux de compagnie en France (en millions)	22
Figure 2 : Nombre d'identifications de chiens et de chats par an	23
Figure 3 : Dépenses moyennes annuelles pour un animal de compagnie	24
Figure 4 : Répartition des dépenses pour un animal de compagnie	25
Figure 5 : Part des dépenses vétérinaires liées aux animaux de compagnie dans le budget des ménages en France (7).....	26
Figure 6 : Évolution du chiffre d'affaires vétérinaire en France depuis 2000 (8)	27
Figure 7 : Évolution du chiffre d'affaires vétérinaire en France entre 2015 et 2023.....	28
Figure 8 : Chiffre d'affaires par espèce en 2016 en France (7)	29
Figure 9 : Chiffre d'affaires des vétérinaires par spécialisation en France (7).....	30
Figure 10 : Parts de marché de l'alimentation canine.....	31
Figure 11 : Parts de marché de l'alimentation féline	32
Figure 12 : Nombre de chats identifiés par département	36
Figure 13 : Nombre de chiens identifiés par département	37
Figure 14 : Nombre d'animaux de compagnie identifiés par département.....	38
Figure 15 : Nombre d'habitants par département.....	39
Figure 16 : Nombre de chats identifiés pour 100 habitants par département.....	41
Figure 17 : Nombre de chiens identifiés pour 100 habitants par département.....	42
Figure 18 : Nombre d'animaux de compagnie identifiés pour 100 habitants par département	43
Figure 19 : Nombre d'habitants par km ² par département en 2018	44
Figure 20 : Évolution du nombre de chats entre 2018 et 2021 par rapport à la moyenne nationale par département	45
Figure 21 : Évolution du nombre de chiens entre 2018 et 2021 par rapport à la moyenne nationale par département	46
Figure 22 : Évolution du nombre d'animaux de compagnie entre 2018 et 2021 par rapport à la moyenne nationale par département.....	47
Figure 23 : Nombre d'équivalents vétérinaires canins par département.....	50
Figure 24 : Estimation du chiffre d'affaires des frais vétérinaires par département (en millions d'euros).....	53
Figure 25 : Ratio : chiffre d'affaires vétérinaire / nombre d'équivalents vétérinaires canins par département (en millions d'euros).....	55
Figure 26 : Cliniques vétérinaires situées dans le département du Cher.....	58
Figure 27 : Zones de chalandise des structures vétérinaires présentes dans la zone Ouest du Cher et les cliniques vétérinaires limitrophes (1).....	63
Figure 28 : Zones de chalandise des structures vétérinaires présentes dans la zone Ouest du Cher et les vétérinaires limitrophes (2)	64
Figure 29 : Schéma des différentes zones d'un présentoir (42).....	100
Figure 30 : Utilisation du smartphone au cours de la journée (62)	123
Figure 31 : Profil de l'audience Facebook en France par âge (64).....	127
Figure 32 : Profil de l'audience Instagram en France par âge (65)	127
Figure 33 : Part des Français ayant un chien par âge en 2022 (66).....	128

Table des tableaux

Tableau I : Croissance annuelle du marché vétérinaire en France depuis 2015.....	28
Tableau II : Évaluation du nombre d'équivalents vétérinaires canins en fonction des espèces traitées déclarées à l'Ordre des vétérinaires	49
Tableau III : Chiffre d'affaires par équivalent vétérinaire canin et par département	56
Tableau IV : Nombre d'équivalents vétérinaires canins des communes du Cher et des communes limitrophes.	60
Tableau V : Chiffre d'affaires calculé par équivalent vétérinaire canin	61
Tableau VI : Chiffre d'affaires calculé par équivalent vétérinaire canin en fonction de la taille de la nouvelle structure	61
Tableau VII : Nombre d'habitants par zone définie (Partie 1)	65
Tableau VIII : Nombre d'habitants par zone définie (Partie 2).....	66
Tableau IX : Chiffre d'affaires par EVC et par zone.....	67
Tableau X : Chiffre d'affaires par EVC et par zone en fonction du nombre de nouveaux vétérinaires	68
Tableau XI : Évolution des dépenses de santé réalisées lors de la 1ère année d'exercice en fonction du jour de leur première visite.	77
Tableau XII : L'impôt sur les sociétés en 2022	81
Tableau XIII : Barème progressif de l'impôt sur le revenu applicable aux revenus de l'année 2022.....	82
Tableau XIV : Formes de sociétés unipersonnelles d'exercice libéral	83
Tableau XV : Formes de sociétés pluripersonnelles d'exercice libéral (Partie 1).....	84
Tableau XVI : Formes de sociétés pluripersonnelles d'exercice libéral (Partie 2).....	84
Tableau XVII : Cotisations et rentes d'invalidité annuelles versées par la CARPV en 2023 ..	92
Tableau XVIII : Matériel vétérinaire (Partie 1)	110
Tableau XIX : Matériel vétérinaire (Partie 2)	111
Tableau XX : Logiciels de gestion vétérinaire.....	116
Tableau XXI : Méthodes de gestion du stock	118
Tableau XXII : Logiciels de prise de rendez-vous en ligne.....	133

Liste des abréviations

APE : Activité Principale Exercée
ASV : Auxiliaire Spécialisé Vétérinaire
BNC : Bénéfices Non Commerciaux
CA : Chiffre d'Affaires
CARPV : Caisse Autonome de Retraite et de Prévoyance des Vétérinaires
CERFA : Centre d'Enregistrement et de Révision des Formulaires Administratifs
CFE : Centre de Formalité des Entreprises
CPAM : Caisse Primaire d'Assurance Maladie
CRDS : Contribution au Remboursement de la Dette Sociale
CROV : Conseil Régional de l'Ordre des Vétérinaires
CSG : Contribution Sociale Généralisée
DASRI : Déchets d'Activités de Soins à Risques Infectieux
DDETSPP : Direction Départementale de l'Emploi, du Travail, des Solidarités et de la Protection des Populations
DGI : Direction Générale des Impôts
EI : Entreprise Individuelle
EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée
EVC : Équivalent Vétérinaire Canin
FAQ : Foire Aux Questions
GIE : Groupement d'Intérêt Économique
GMS : Grandes et Moyennes Surfaces
HT : Hors Taxes
ICAD : Identification des Carnivores Domestiques
IFOP : Institut Français d'Opinion Publique
INSEE : Institut National de la Statistique et des Études Économiques
IR : Impôt sur le Revenu
IS : Impôt sur les Sociétés
NAC : Nouveaux Animaux de Compagnie
PACTE : Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises
PASS : Plafond Annuel de la Sécurité Sociale
PFU : Prélèvement Forfaitaire Unique
RCP : Responsabilité Civile Professionnelle

SCI : Société Civile Immobilière
SCM : Société Civile de Moyen
SCP : Société Civile Professionnelle
SDF : Société De Fait
SEL : Société d'Exercice Libéral
SELAFA : Société d'Exercice Libéral A Forme Anonyme
SELARL : Société d'Exercice Libéral A Responsabilité Limitée
SELAS : Société d'Exercice Libéral par Actions Simplifiée
SELASU : Société d'Exercice Libéral par Actions Simplifiée Unipersonnelle
SELCA : Société d'Exercice Libéral en Commandite par Actions
SEO : Search Engine Optimization
SIREN : Système d'Identification du Répertoire des ENTreprises
SIRET : Système d'Identification du Répertoire des ÉTablissements
TNS : Travailleur non salarié
TS : Traitements et Salaires
TTC : Toutes Taxes Comprises
TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée
URSSAF : Union de Recouvrement des cotisations de Sécurité Sociale et d'Allocations Familiales

INTRODUCTION

Le secteur vétérinaire a connu des bouleversements notables ces dernières années, principalement marqué par l'acquisition d'un grand nombre de cliniques vétérinaires par des groupes. Cette tendance a considérablement complexifié le rachat de clientèle pour un vétérinaire souhaitant s'installer. Dans ce contexte, la création d'une clinique vétérinaire apparaît comme une alternative sérieuse.

Comme toute entreprise, la création d'une clinique vétérinaire dédiée aux animaux de compagnie, nécessite une préparation minutieuse en amont avec certaines étapes indispensables pour mener à bien son projet professionnel. La réussite d'un tel projet est conditionnée par le bon choix de l'emplacement, un business plan réaliste ainsi que des choix d'organisation, de communication, et de modèle économique. La construction d'un tel projet nécessite de la réflexion et de la méthodologie dans son élaboration.

Ce guide d'installation a pour objectif d'accompagner les vétérinaires dans la création de leurs cliniques vétérinaires. Ce travail s'attache à explorer en détail les différents aspects inhérents à l'établissement d'une clinique vétérinaire pour les animaux de compagnie. Il aborde chaque étape du processus d'installation ; du choix stratégique du lieu d'implantation, en passant par les procédures administratives nécessaires à la création d'une clinique vétérinaire, jusqu'à l'aménagement des locaux et l'organisation interne de la structure. Cette démarche globale vise à fournir aux futurs entrepreneurs vétérinaires des informations essentielles pour la création de leur clinique vétérinaire.

PARTIE 1 : ÉTUDE DE MARCHÉ

I. Le marché de l'animal de compagnie en France

1. Importance du marché de l'animal de compagnie en France

Le marché de l'animal de compagnie également appelé « marché du Pet » est en plein essor. D'après une étude réalisée par l'association Promojardin-Prom'animal, il atteint 5,4 milliards d'euros en 2021 en France (1). Après une forte croissance au cours de l'année 2020 (6,8 %), l'année 2021 conforte cette tendance en affichant 8,5 % de croissance annuelle (1). Le marché de l'animal de compagnie se diversifie dans de nombreux secteurs (alimentation, santé, toilettage, gardiennage, accessoires, assurances...).

2. Population des animaux de compagnie en France

Une enquête réalisée en 2020 par FACCO / KANTAR TNS révèle que 44 % des foyers français possèdent un chien ou un chat. Les enquêtes FACCO / KANTAR TNS sont réalisées tous les deux ans auprès de 14 000 foyers représentatifs des foyers français. (2)

En 2020, 31,4 % des foyers français possèdent un chat et 20,1 % possèdent un chien. Les foyers ayant des animaux de compagnie possèdent en moyenne plus d'un animal. Ainsi, selon cette étude, les foyers possesseurs d'animaux de compagnie ont en moyenne 1,67 chat et 1,30 chien. (2)

Les possesseurs de chiots et chatons sont en augmentation sur l'année 2020. En 2018, ils représentaient 3,1 % des possesseurs de chiens et de chats contre 4,4 % en 2020, soit une hausse de plus de 40 % en deux ans. (2)

En 2020, la population de chiens atteint 7,5 millions enregistrant une légère baisse par rapport à 2018 (-0,1 %). En revanche, la population féline connaît une augmentation significative de 6,6 % par rapport à l'année 2018 atteignant 15,1 millions d'individus. En 2020, la population de chats est plus de deux fois supérieure à la population de chiens en France. Les petits mammifères (lagomorphes et rongeurs) sont au nombre de 3,6 millions en France en 2020. (3)

La tendance générale montre une hausse du nombre de chats et un maintien à un niveau stable de la population de chiens. En 20 ans, la population de chats a augmenté de plus de 50 %. Le nombre de petits mammifères est relativement constant depuis plus de 10 ans.

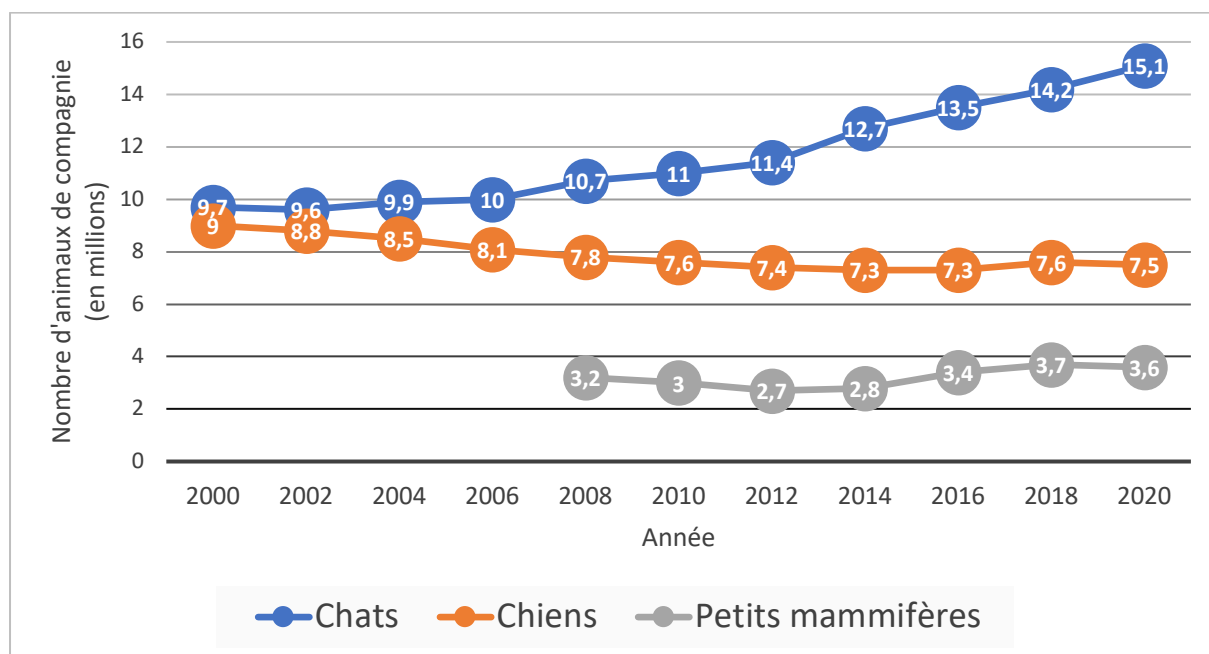


Figure 1: Population d'animaux de compagnie en France (en millions)

3. Médicalisation des animaux de compagnie en France

L'identification représente un bon indicateur de la médicalisation des chiens et des chats. D'après les données du fichier ICAD (Identification des Carnivores Domestiques), le nombre d'identifications est en hausse en 2021 pour les chiens et chats (respectivement 3,5 % et 11 %). Cette augmentation confirme la tendance des dernières années. Entre 2018 et 2021, l'identification des chats a progressé de 43,9 %, contre 8 % pour l'identification des chiens. L'augmentation du nombre d'identifications témoigne d'une plus grande médicalisation des chiens et chats en France.

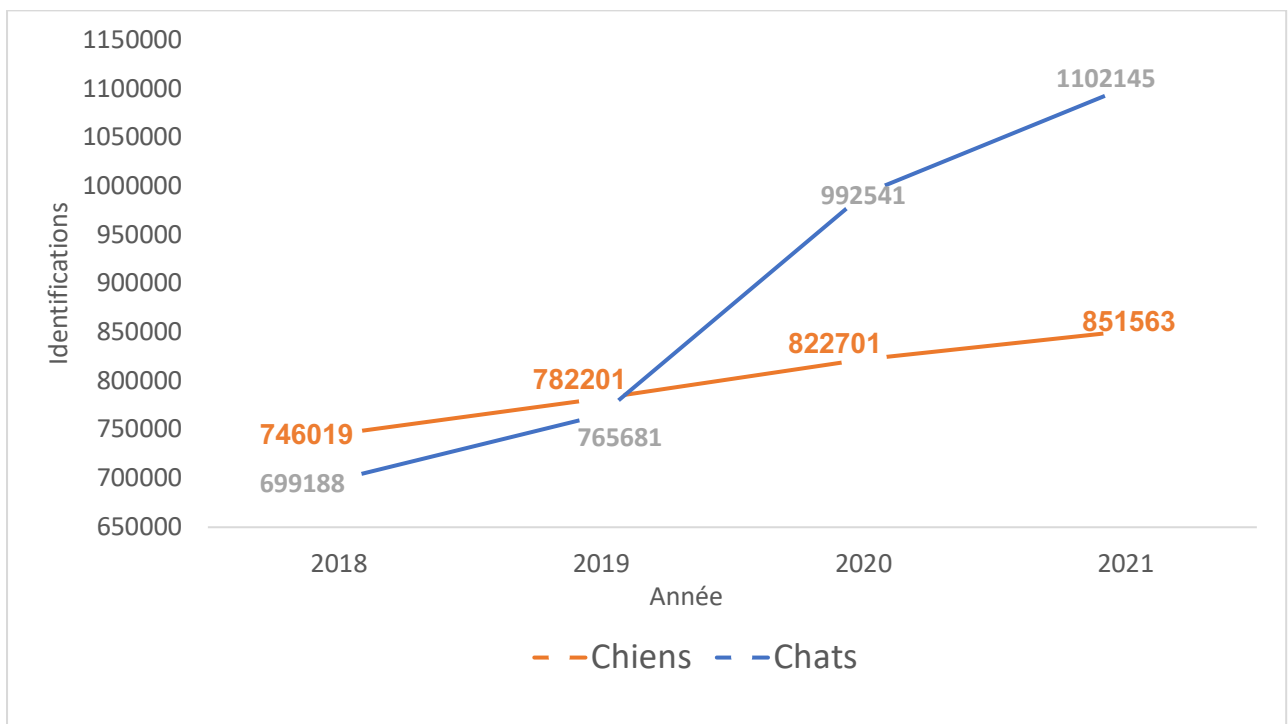


Figure 2 : Nombre d'identifications de chiens et de chats par an

En 2020, d'après l'étude FACCO / KANTAR TNS, 86 % des chiens et 61 % des chat sont allés au moins une fois chez le vétérinaire dans l'année. En outre, en 2020, le taux de stérilisation est en hausse de 5 % dans l'espèce canine par rapport à l'année 2018. La proportion de chiens stérilisés (mâles et femelles confondus) atteint 48 % en 2020. Dans l'espèce féline, 85 % des chats sont stérilisés. Le taux de stérilisation des chats est stable depuis 2018. (2)

4. Dépenses annuelles moyennes par animal de compagnie en France

L'enquête Harris Interactive intitulée « *Quelle nouvelle place pour les animaux au sein de la société* » (4) demandée par l'Observatoire Cetelem révèle le budget annuel consacré par les Français pour leur animal de compagnie. Elle a été réalisée en 2021 sur un échantillon de 1015 personnes représentatif de la population française. Les propriétaires ont, dans cette étude, estimé eux-mêmes leurs dépenses annuelles effectuées pour leur animal de compagnie.

En moyenne, en France, les propriétaires de chien ou chat estiment dépenser 1 224 € par an pour leur animal de compagnie. Il existe une disparité des dépenses en fonction de l'âge du propriétaire. Les plus de 50 ans pensent dépenser 981 € par an alors que les moins de 35 ans estiment quant à eux dépenser 1 581 € par an. De plus, les propriétaires de chiens dépensent plus (1 535 €) que les propriétaires de chats (1 198 €). (4)

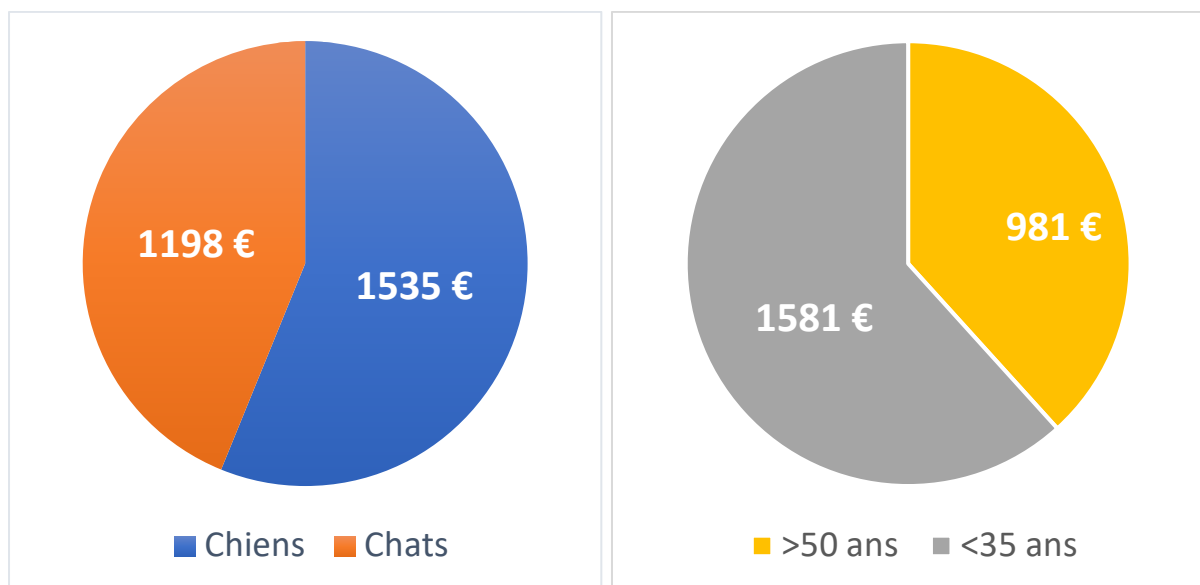


Figure 3 : Dépenses moyennes annuelles pour un animal de compagnie

Par ailleurs, un sondage réalisé par l'institut Ipsos pour le compte de Santé Vet (entreprise spécialisée dans l'assurance des animaux de compagnie) relativise ces chiffres. D'après ce sondage, les Français déboursaient 619 € pour leur chien et 222 € pour leur chat par an. Les propriétaires de chiens dépenseraient en moyenne 211 € par an en frais vétérinaires tandis que les propriétaires de chats déboursaient en moyenne 166 € par an en frais vétérinaires. Ces chiffres seront utilisés dans la suite de ce travail. (5)

L'enquête Harris Interactive s'intéresse également aux différents postes de dépenses. Le premier poste de dépense pour un animal de compagnie concerne l'alimentation (611 €), puis l'hygiène (356 €) et enfin les frais vétérinaires (148 €). L'achat d'accessoires, de jouets ainsi que les frais d'assurance et les frais de garde représentent une part faible mais non négligeable des dépenses totales. (4)

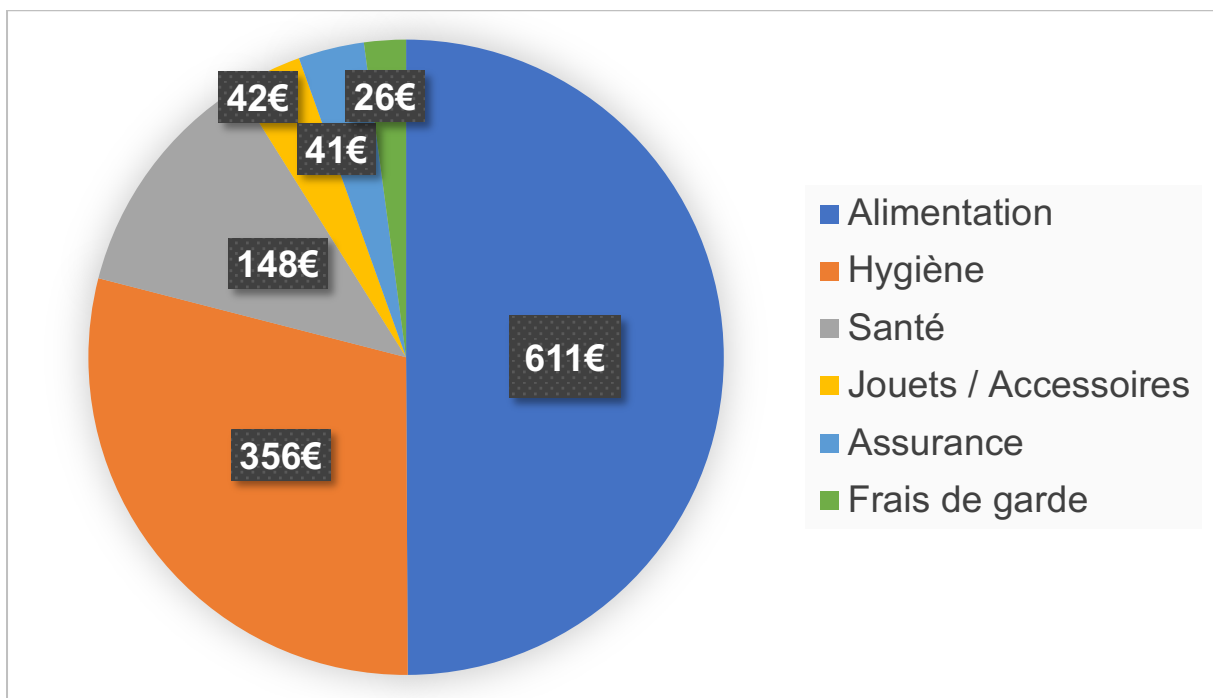


Figure 4 : Répartition des dépenses pour un animal de compagnie

5. Évolution du budget consacré aux animaux de compagnie

Le statut de l'animal de compagnie a changé au cours des dernières décennies. D'après une étude réalisée en 2016 par OpinionWay, 51 % des personnes ayant répondu à l'enquête, préfèrent passer du temps avec leur animal de compagnie plutôt qu'avec leurs amis et 97 % d'entre eux avouent se confier à leur animal. (6) L'animal de compagnie est désormais considéré comme un membre de la famille.

Cet attachement grandissant se traduit par une augmentation des dépenses réalisées pour les animaux de compagnie. Depuis 2000, la part du budget des ménages consacrée aux animaux de compagnie a fortement augmenté, passant de 0,173 % en 2000 à 0,244 % en 2016 soit une hausse de plus de 41 %. (7)

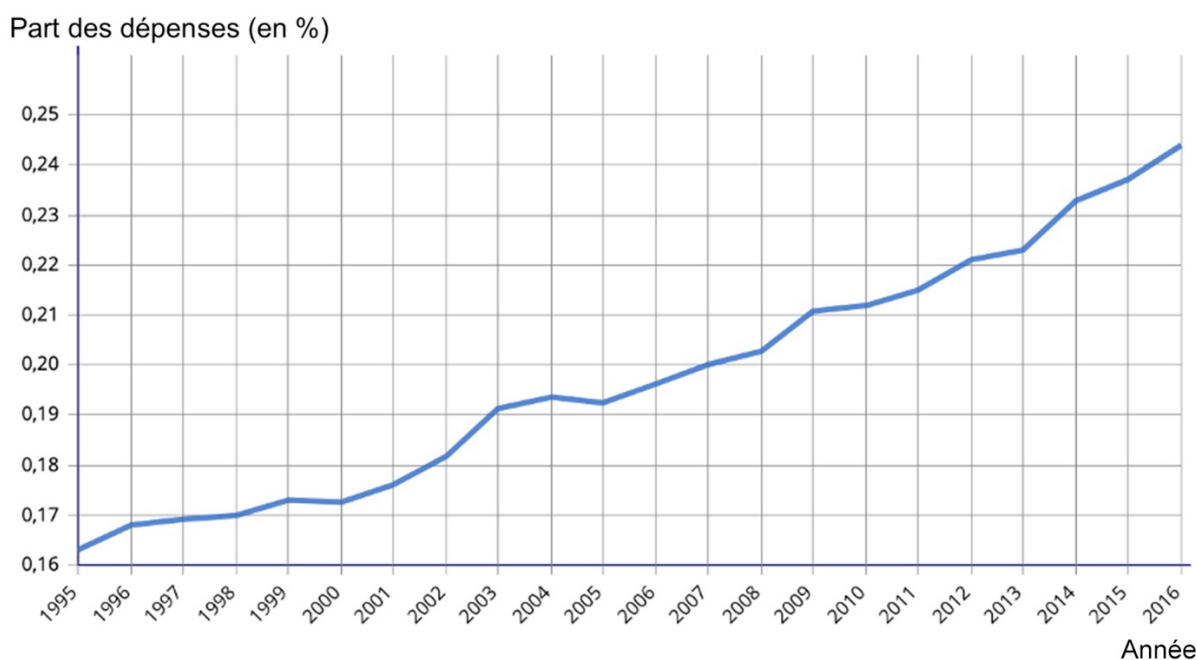


Figure 5 : Part des dépenses vétérinaires liées aux animaux de compagnie dans le budget des ménages en France (7)

II. Le marché vétérinaire en France

1. Évolution du chiffre d'affaires vétérinaire

Le marché vétérinaire est en croissance depuis plus de 20 ans. Il a été multiplié par trois entre janvier 2000 (50,64 % de l'indice de référence) et janvier 2023 (154,6 % de l'indice de référence). En 2022, le chiffre d'affaires vétérinaire est estimé à 5,4 milliards d'euros en France d'après l'INSEE (Institut National de la Statistique et des Études Économiques). (8)

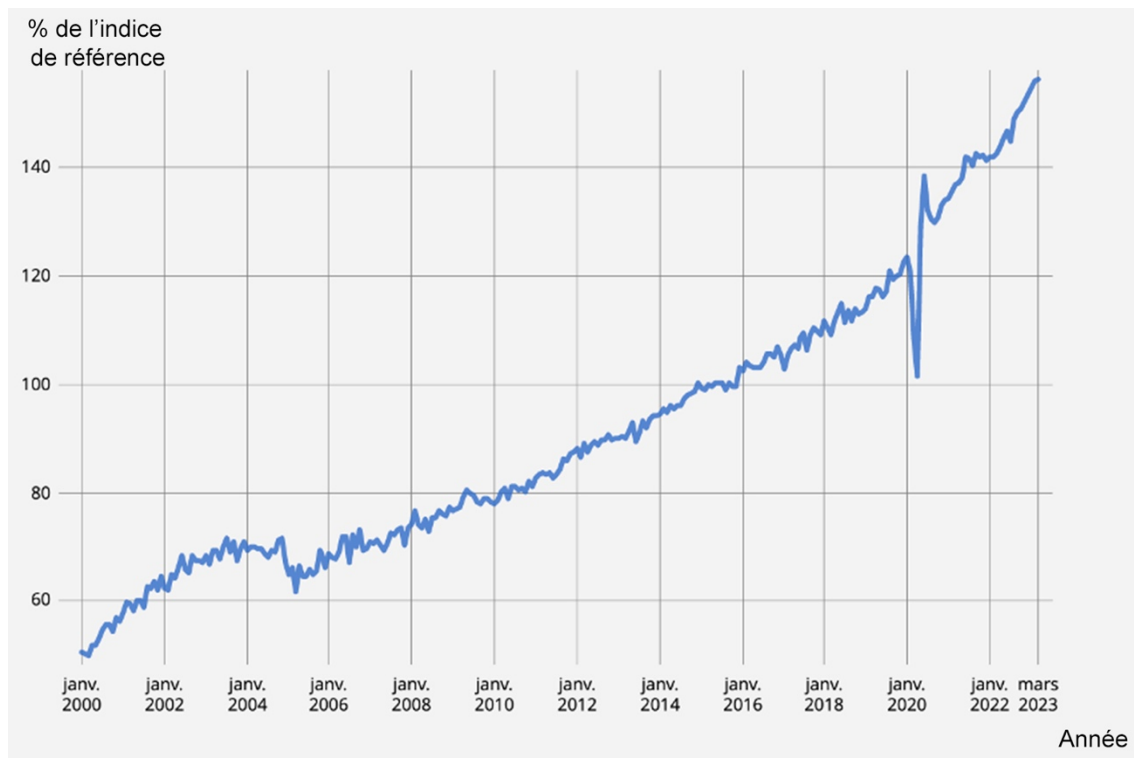


Figure 6 : Évolution du chiffre d'affaires vétérinaire en France depuis 2000 (8)

En mars 2020, la chute brutale du chiffre d'affaires vétérinaire s'explique par la fermeture partielle des cliniques vétérinaires pendant la pandémie de Covid-19. Après la réouverture des cliniques vétérinaires, une très forte activité a été observée au cours des mois suivants.

Ce secteur emploie 20 197 vétérinaires inscrits à l'Ordre des vétérinaires en 2021 (chiffre en croissance de 3,41 % par rapport à 2020). Parmi eux, 59,4 % exercent une activité non salariée (activité libérale) et 40,6 % exercent une activité salariée. (9)

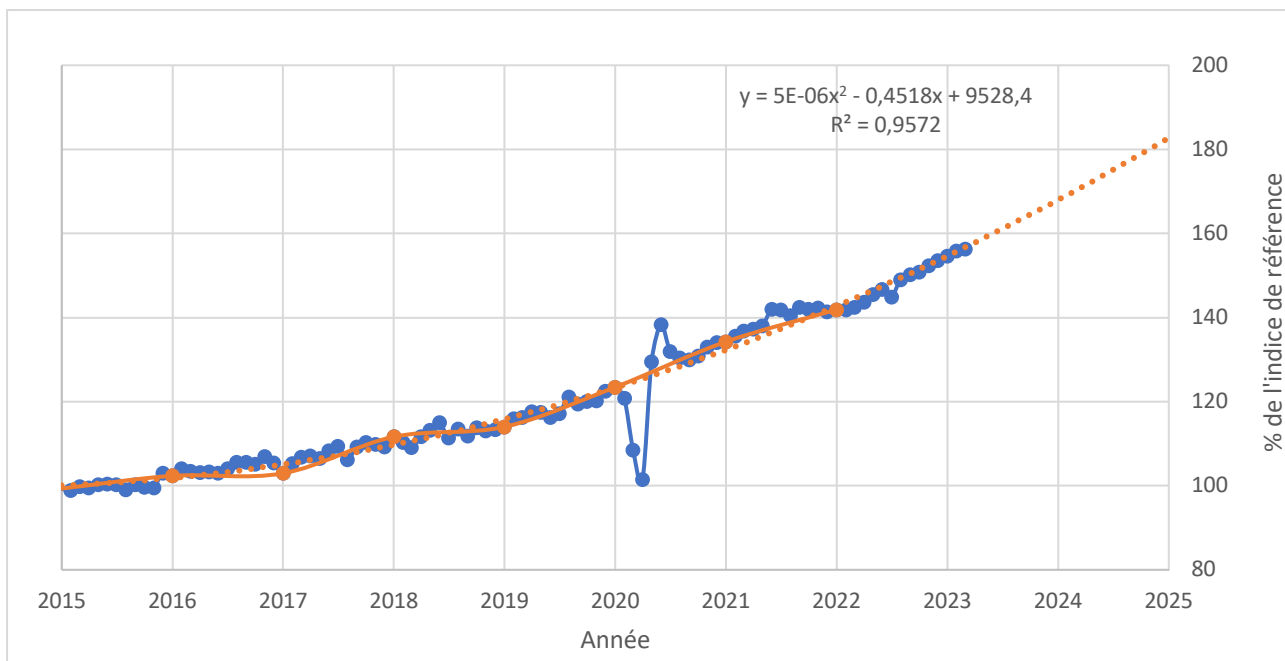


Figure 7 : Évolution du chiffre d'affaires vétérinaire en France entre 2015 et 2023

Depuis 2015, la croissance du chiffre d'affaires vétérinaire s'est accélérée. Celui-ci suit une courbe polynomiale de second degré (coefficient de corrélation de 0,9572) permettant une projection du chiffre d'affaires dans les années à venir. Le pourcentage de croissance augmente d'année en année. L'indice de référence est fixé à 100 % pour l'année 2015.

Le tableau ci-dessous résume la croissance annuelle du marché vétérinaire global depuis 2015 et propose une estimation chiffrée de la croissance future par extrapolation de la courbe de tendance.

Tableau I : Croissance annuelle du marché vétérinaire en France depuis 2015

Année	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Croissance annuelle du marché vétérinaire en France	3,04%	0,60%	8,43%	2,11%	8,27%	8,76%	5,68%	9,02%	Estimation	
									8,60%	8,78%

2. Chiffre d'affaires vétérinaire par espèce

En 2016, 66 % du chiffre d'affaires vétérinaire était généré par la santé des animaux de compagnie (chiens, chats et Nouveaux Animaux de Compagnie (NAC)). Les chats représentent 31 % du chiffre d'affaires, les chiens 28 % et les NAC 7 %. La part restante du chiffre d'affaires global concerne l'activité rurale (bovine et équine notamment).

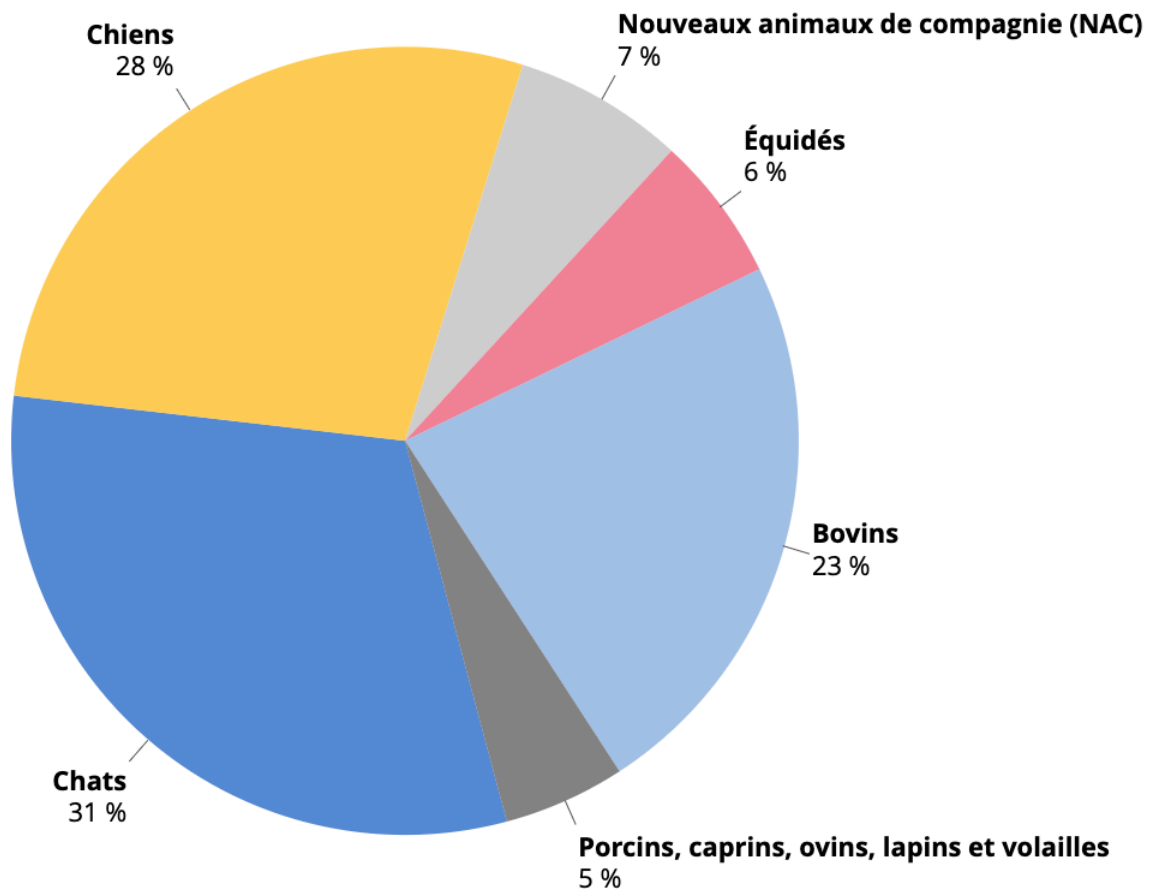


Figure 8 : Chiffre d'affaires par espèce en 2016 en France (7)

La croissance du chiffre d'affaires vétérinaire varie en fonction de l'espèce étudiée. Le chiffre d'affaires vétérinaire généré par la santé des animaux de compagnie suit une croissance linéaire entre 2000 et 2016. En revanche, le chiffre d'affaires vétérinaire généré par la santé des animaux de rente a atteint son maximum en 2008 et décroît légèrement entre 2008 et 2016. La croissance du marché vétérinaire des animaux de compagnie est en grande partie responsable de la croissance du marché vétérinaire global.

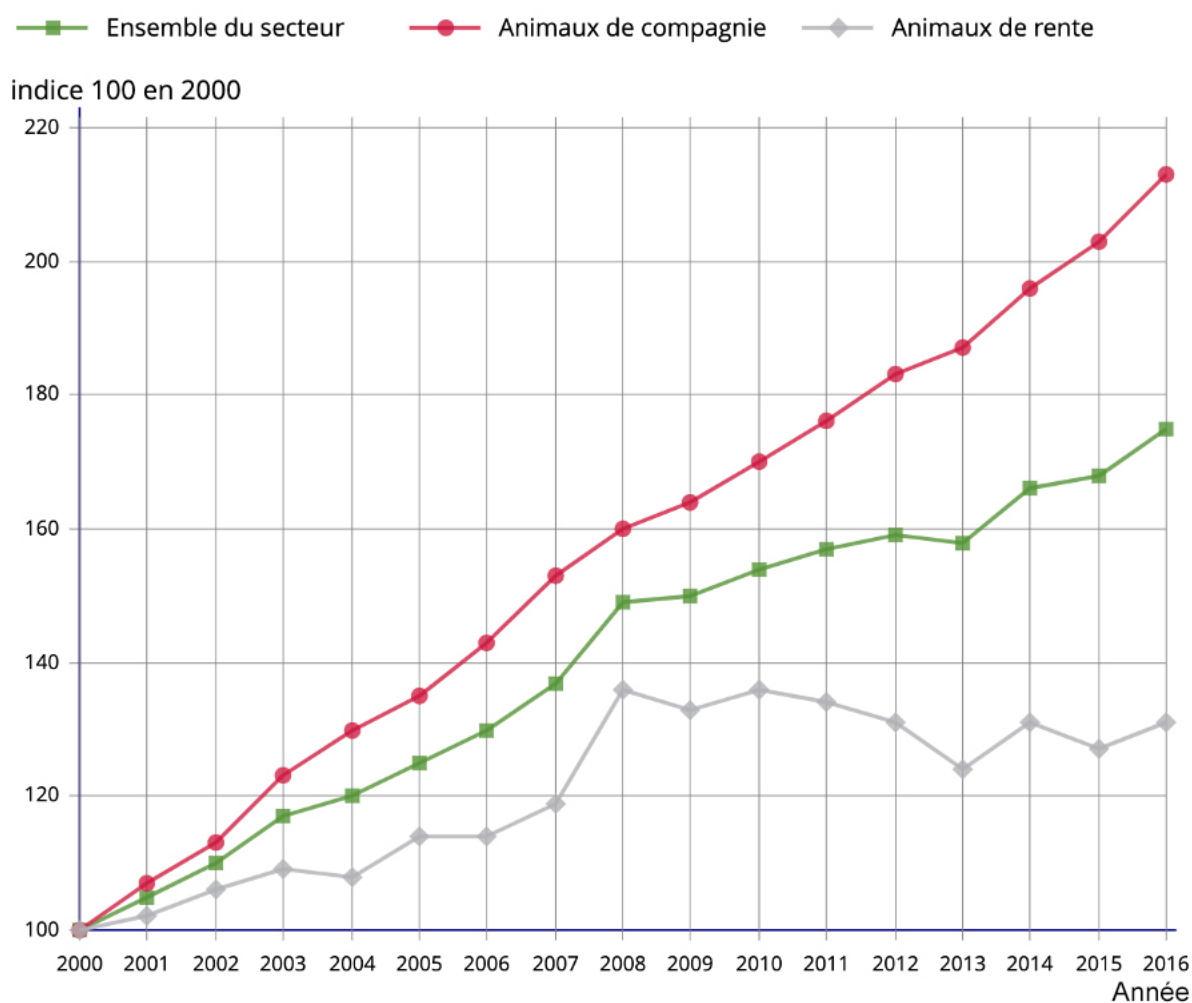


Figure 9 : Chiffre d'affaires des vétérinaires par spécialisation en France (7)

III. Le marché de l'alimentation des animaux de compagnie en France

L'alimentation de l'animal de compagnie (Petfood) représente la proportion la plus importante du marché. A lui seul, le marché de l'alimentation représente 3,6 milliards d'euros en France en 2021, dont 2,6 milliards d'euros réalisés dans les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS). Ce marché est en forte croissance avec une hausse de 7 % au cours de l'année 2020 par rapport à l'année précédente. (10)

Parmi les différents acteurs du marché, on retrouve par ordre d'importance : les grandes et moyennes surfaces, les magasins spécialisés (animaleries, jardinerie...), les sites de e-commerce et les vétérinaires. La proportion de chaque acteur est variable en fonction de l'animal. Les GMS représentent 58 % de part de marché de l'alimentation féline et 40 % de l'alimentation canine. En revanche, les magasins spécialisés occupent une place plus importante dans l'alimentation canine (27 % du chiffre d'affaires) que dans l'alimentation féline (14 % du chiffre d'affaires). (2)

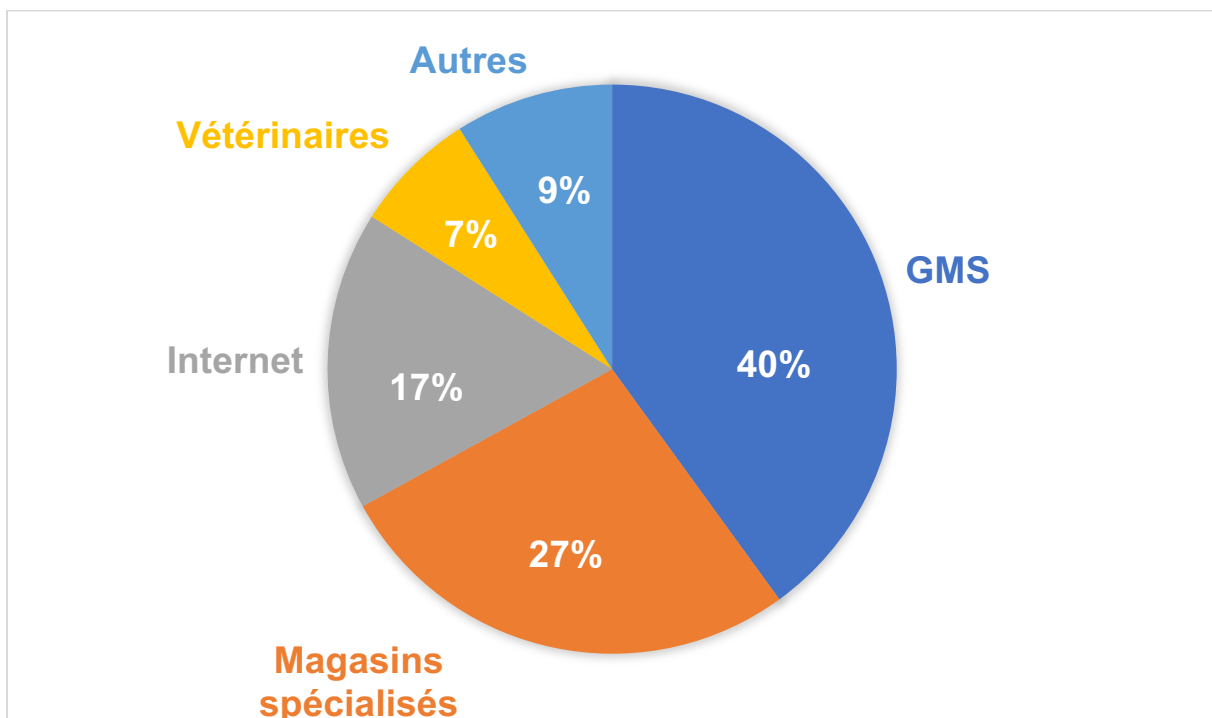


Figure 10 : Parts de marché de l'alimentation canine

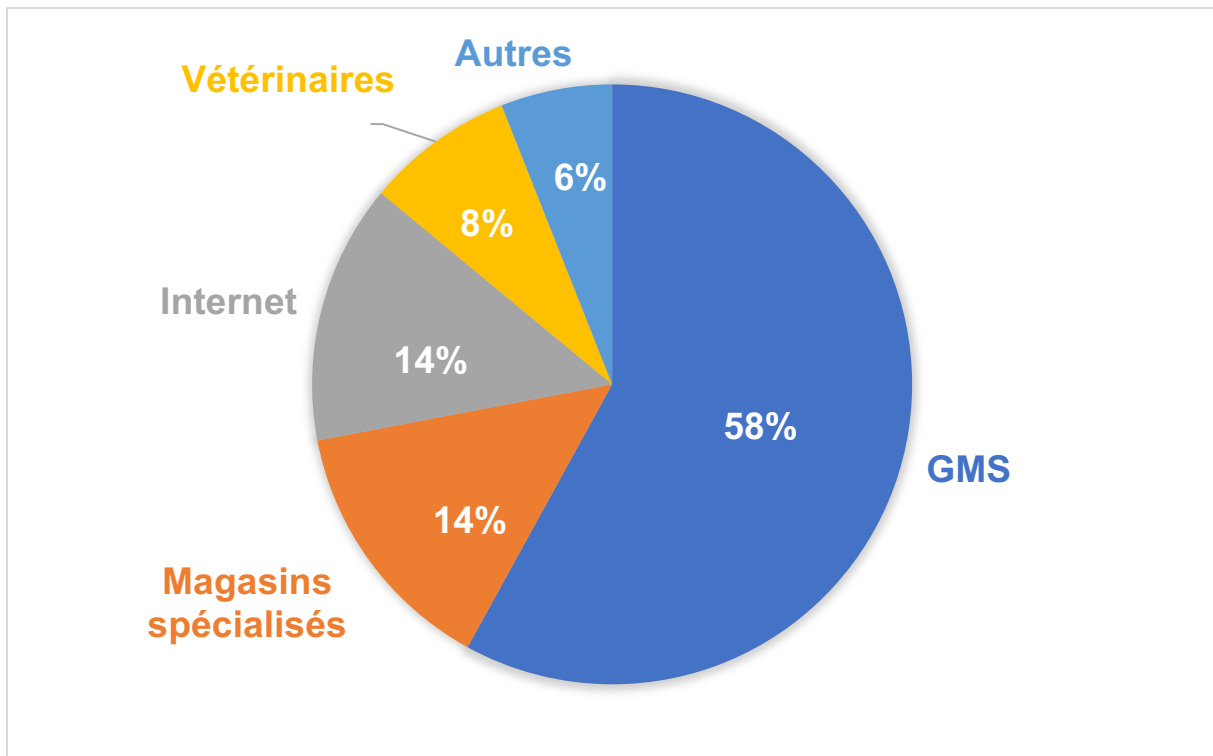


Figure 11 : Parts de marché de l'alimentation féline

La catégorie « Autres » représente les pharmacies, les élevages, les épiceries et les hard-discounters. Ils représentent entre 6 % et 9 % du marché selon l'espèce animale.

La tendance actuelle est une diminution de la part des grandes et moyennes surfaces. Les GMS ont perdu en 2020, 4 % du marché de l'alimentation féline et 9 % du marché de l'alimentation canine par rapport à l'année précédente. Cette baisse est surtout profitable aux magasins spécialisés et aux sites de e-commerce (entre 8 % et 9 % d'augmentation en 2020) et dans de moindres mesures aux vétérinaires (3 % d'augmentation en 2020). (2)

IV. Synthèse

Le marché vétérinaire est en croissance continue depuis plus de 20 ans. Cette croissance est en grande partie due à l'augmentation du chiffre d'affaires réalisé en activité « animaux de compagnie ». Au cours des quatre dernières années, la croissance annuelle moyenne de l'activité vétérinaire atteint 8 %.

En 2020, le seuil symbolique d'un foyer sur deux possédant un animal de compagnie a été franchi. (11) Cette augmentation globale du nombre d'animaux de compagnie s'explique en grande partie par l'augmentation de la population féline. Le nombre de chats a fortement augmenté au cours des dernières années et atteint 15,1 millions de chats en 2020 soit plus du double de la population canine.

Par ailleurs, l'identification des animaux de compagnie en France est en nette progression. La médicalisation d'un animal est souvent associée à son identification. Ainsi la hausse des identifications témoigne d'une hausse générale de la médicalisation. Bien que les chiens restent tout de même plus médicalisés (86 % en 2020), la médicalisation des félins est en forte augmentation (+ 43 % d'identifications entre 2018 et 2021). Elle atteint 61 % en 2020.

L'augmentation de la population féline et de son taux de médicalisation doit être prise en compte par le vétérinaire souhaitant s'installer en développant des structures adaptées à la population féline. Un label « Cat Friendly » a vu le jour en 2012 aux États-Unis. Il a pour objectif d'accréditer les cliniques vétérinaires qui se sont adaptées au comportement et aux besoins spécifiques de l'espèce féline pour réduire leur stress. Le label « Cat Friendly Clinic » comprend aujourd'hui 1 270 cliniques dans le monde.

Le marché de l'animal de compagnie a augmenté de 8,5 % en 2021 d'après une étude menée par l'association Promojardin-Prom'animal. Le marché se diversifie en proposant toujours de nouveaux services et objets. Le vétérinaire doit pouvoir tirer profit de cette croissance du marché de l'animal en développant son offre pour augmenter ses parts de marché.

L'alimentation est le premier poste de dépense pour un animal de compagnie. En 2021, les structures vétérinaires représentaient entre 7 % et 8 % du marché en fonction de l'espèce animale. La vente d'alimentation peut représenter un levier économique important pour les structures vétérinaires.

PARTIE 2 : CHOIX DU LIEU D'EXERCICE

I. Étude de la population des animaux de compagnie en France

L'ensemble des cartes de cette partie a été réalisé à partir des données d'identifications des animaux de compagnie (uniquement chiens et chats) en France de 2018 à 2021 communiquées par l'ICAD, des données de la démographie vétérinaire en France en 2022 communiquées par l'Ordre des vétérinaires, et des données INSEE de la démographie en France en 2020.

1. Répartition des animaux de compagnie en France

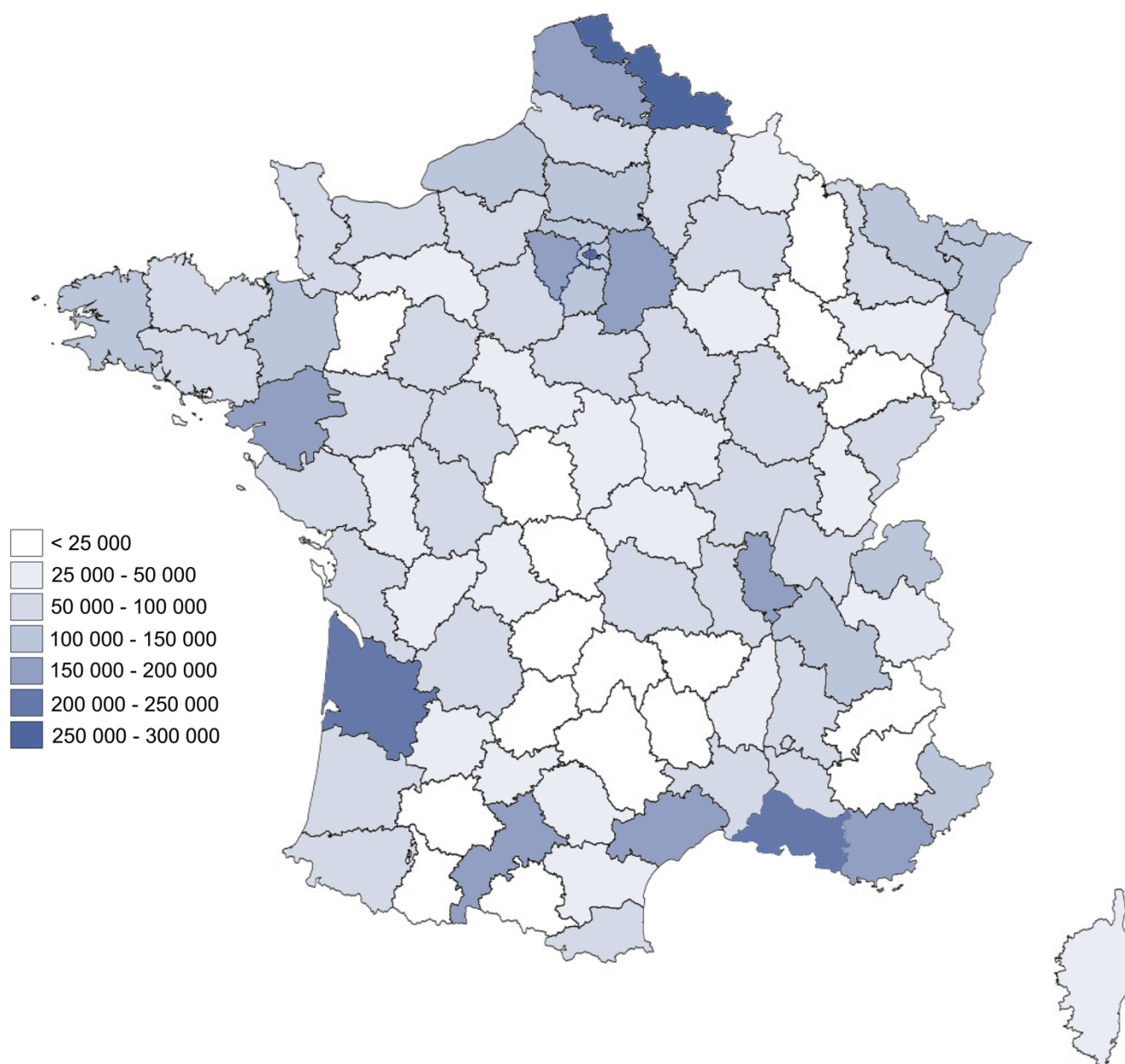


Figure 12 : Nombre de chats identifiés par département

La répartition du nombre de chats en France n'est pas homogène. Les départements présentant le plus grand nombre de chats identifiés sont le Nord et Paris avec plus de 250 000 chats, puis la Gironde et les Bouches-du-Rhône avec plus de 200 000 chats identifiés par département. La population de chats varie d'un facteur 10 entre les départements les plus peuplés et les moins peuplés.

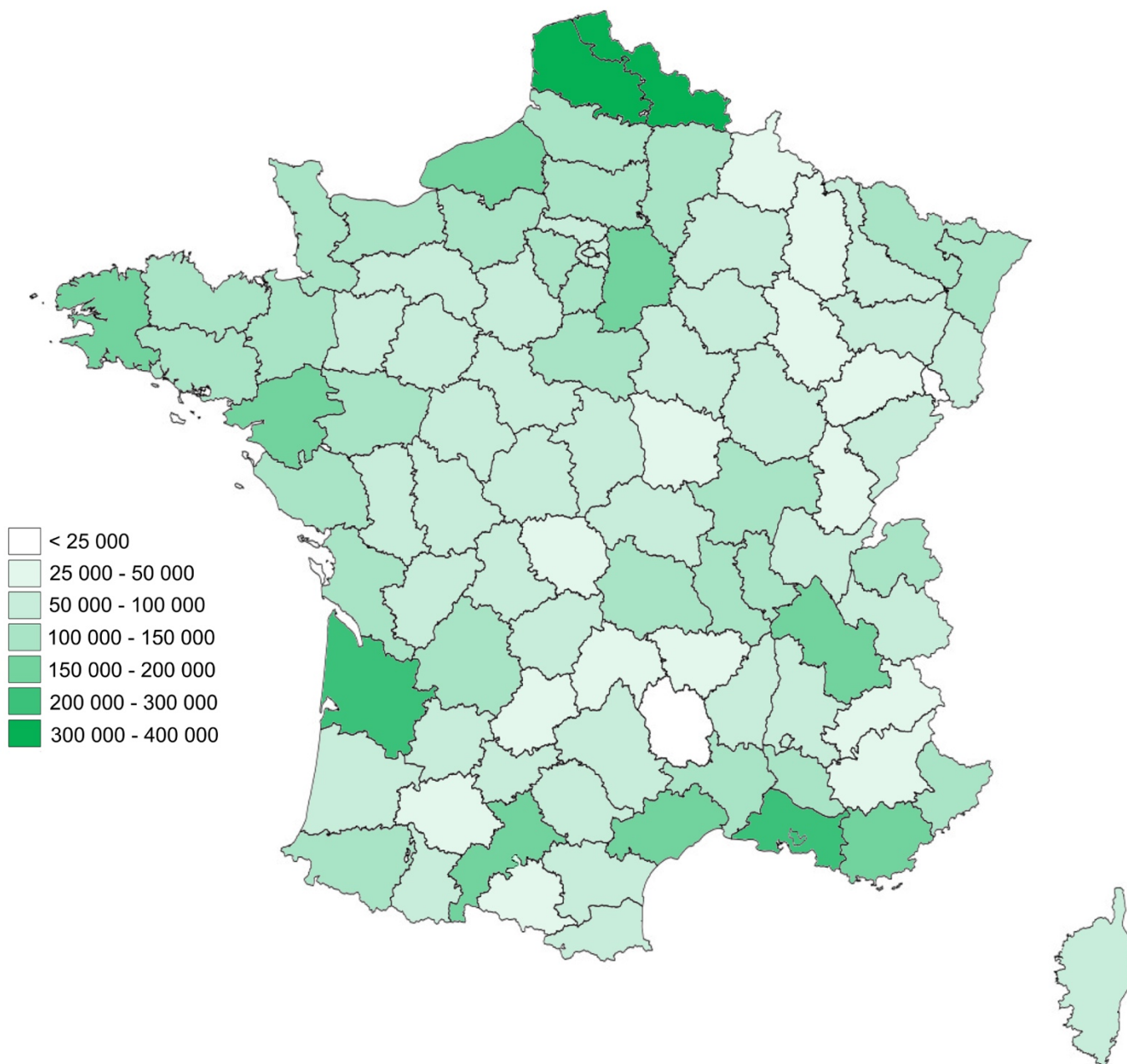


Figure 13 : Nombre de chiens identifiés par département

La population de chiens est également répartie de manière hétérogène. Les départements présentant le plus grand nombre de chiens sont le Nord et le Pas de Calais avec plus de 300 000 chiens identifiés puis la Gironde et les Bouches-du-Rhône avec plus de 200 000 chiens identifiés par département. La Creuse est le département de France le moins peuplé de chiens (< 25 000 chiens).

Les départements les plus peuplés de chiens sont, pour la plupart, également les départements les plus peuplés de chats. Un département déroge à cette règle, il s'agit de Paris. La population de chats (> 250 000) est très importante alors que la population de chiens est faible (80 000 chiens).

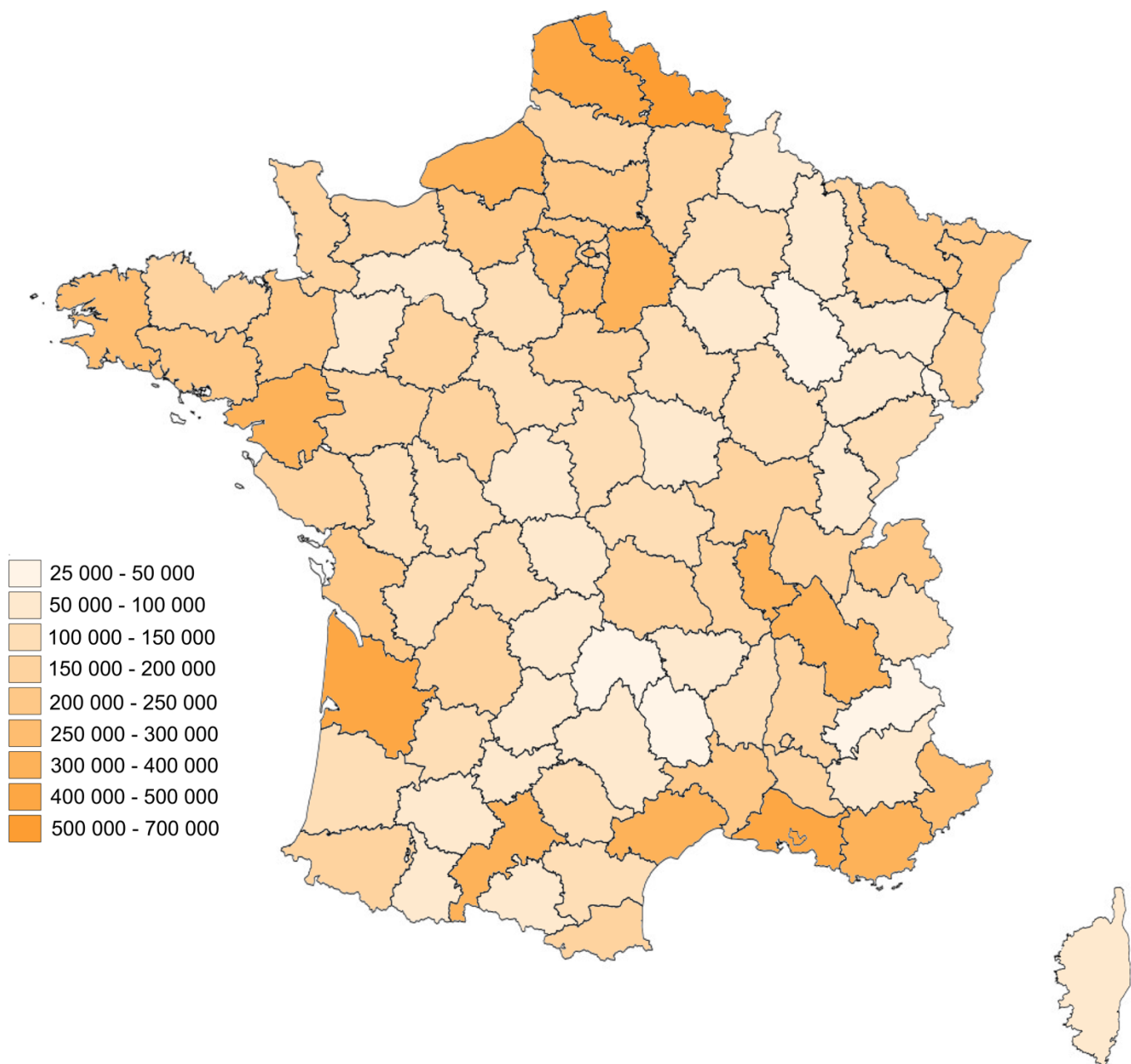


Figure 14 : Nombre d'animaux de compagnie identifiés par département

Les départements dont la population d'animaux de compagnie est la plus élevée sont le Nord, le Pas-de-Calais, les Bouches-du-Rhône, et le Gironde avec plus de 400 000 animaux de compagnie par département. Les départements avec le moins d'animaux de compagnie sont la Haute-Marne, les Hautes-Alpes, le Cantal, le territoire de Belfort et la Lozère avec moins de 50 000 animaux de compagnie par département.

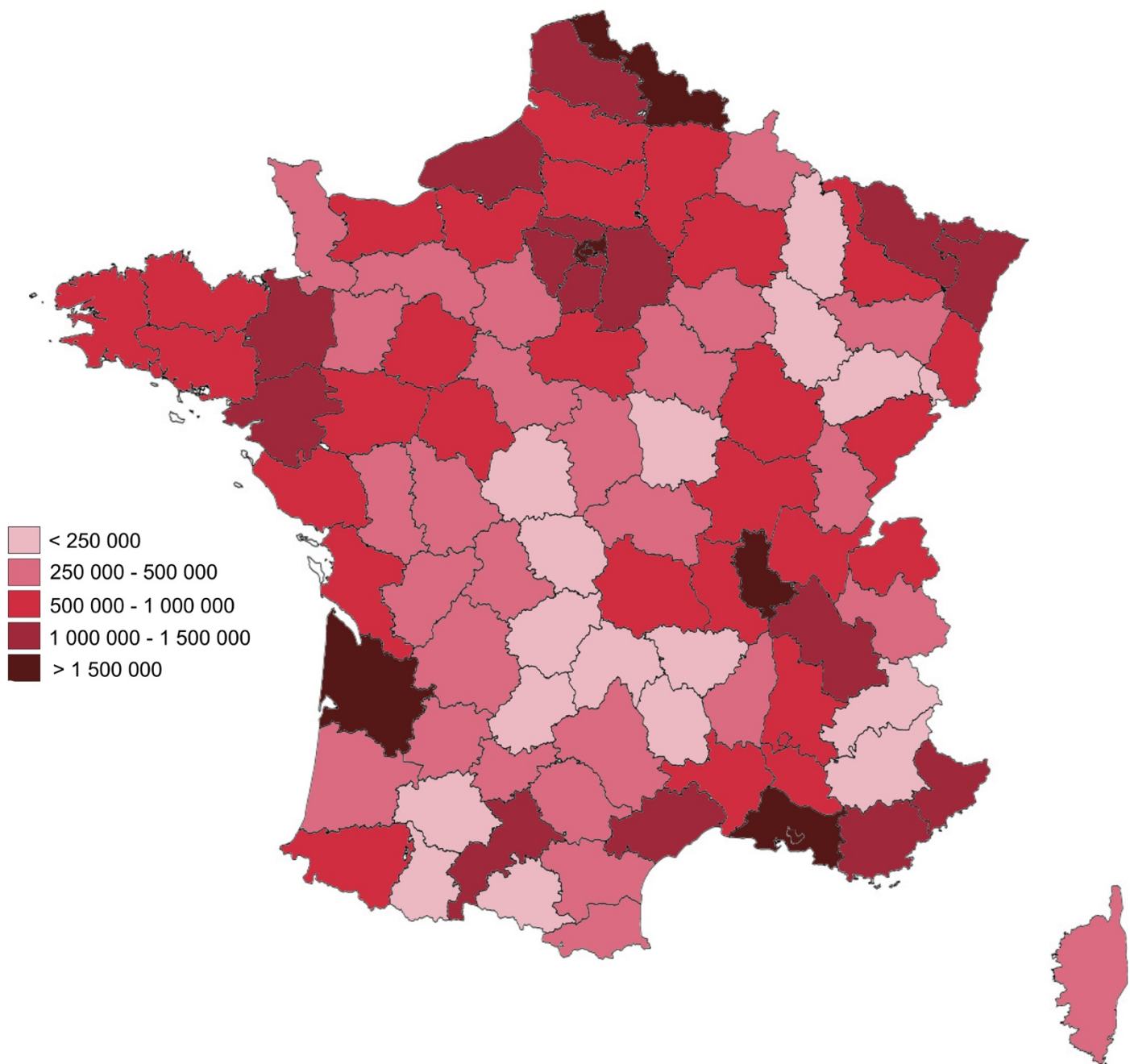
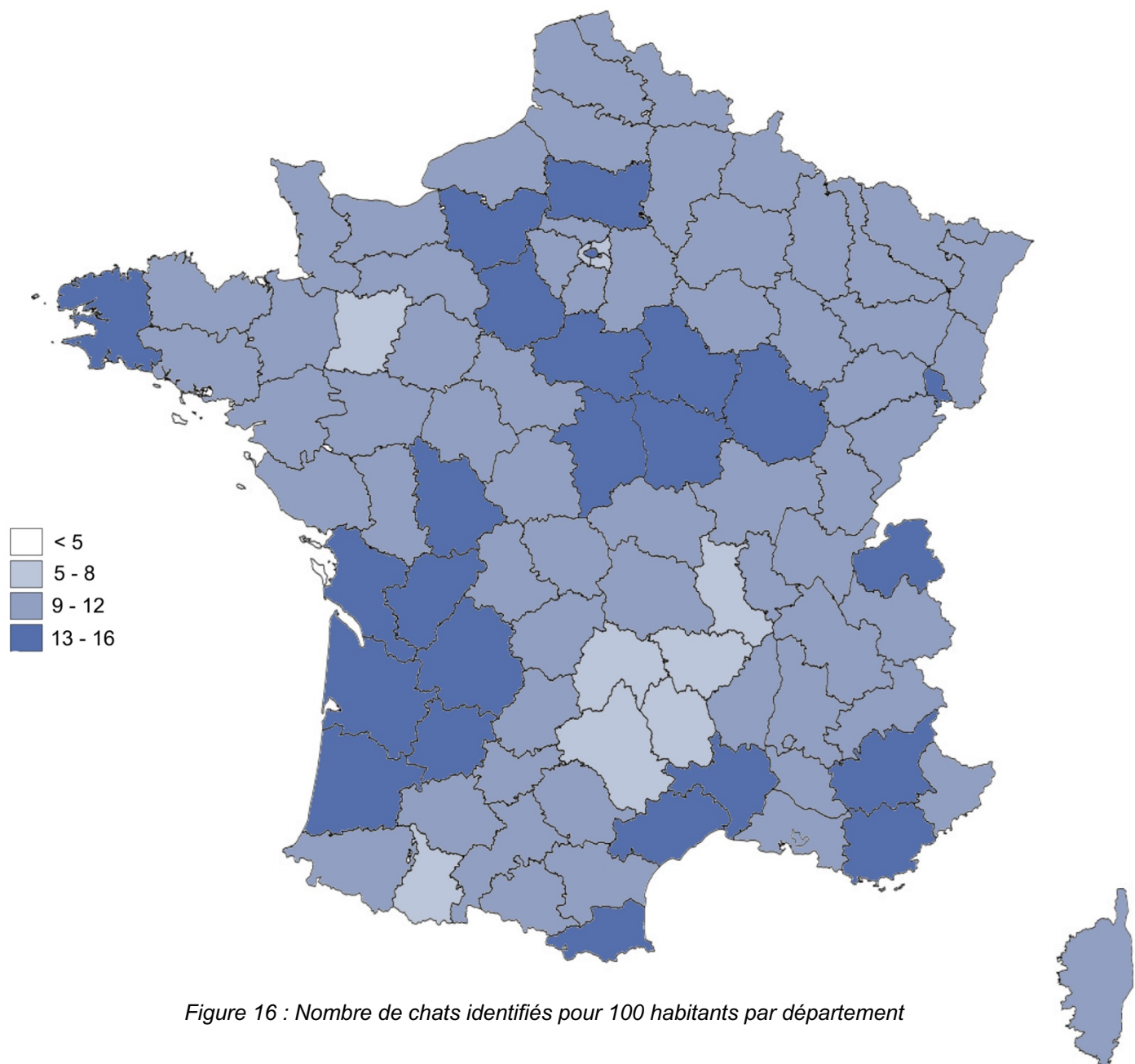


Figure 15 : Nombre d'habitants par département

Les départements dont la population d'animaux de compagnie est la plus élevée (Nord, Bouches du Rhône, Gironde) sont généralement les départements où la démographie est la plus importante. Ceci reflète une corrélation entre la répartition géographique des animaux de compagnie et celle des Hommes en France.

La corrélation entre la population d'animaux de compagnie et la démographie n'est pas uniforme et présente des disparités en fonction de l'espèce et des départements. Cette différence peut se mettre en évidence en comparant le nombre d'animaux pour 100 habitants par département. Cette variation sur le territoire national peut s'expliquer par des habitudes et modes de vie différents en fonction de la zone géographique (chasse, maisons individuelles, appartements...).



La nombre de chats identifiés pour 100 habitants varie en fonction des départements. Plusieurs zones géographiques avec une densité de chats plus importante se dessinent. La première zone est située dans le Sud-Ouest (départements des Landes, de la Gironde, du Lot-et-Garonne, de la Dordogne, de la Charente, de la Charente-Maritime et de la Vienne), la seconde zone est localisée au centre de la France, et en périphérie Nord et Ouest de la région parisienne (Cher, Nièvre, Côte d'or, Yonne, Loiret, Eure et Loir, Eure et Oise).

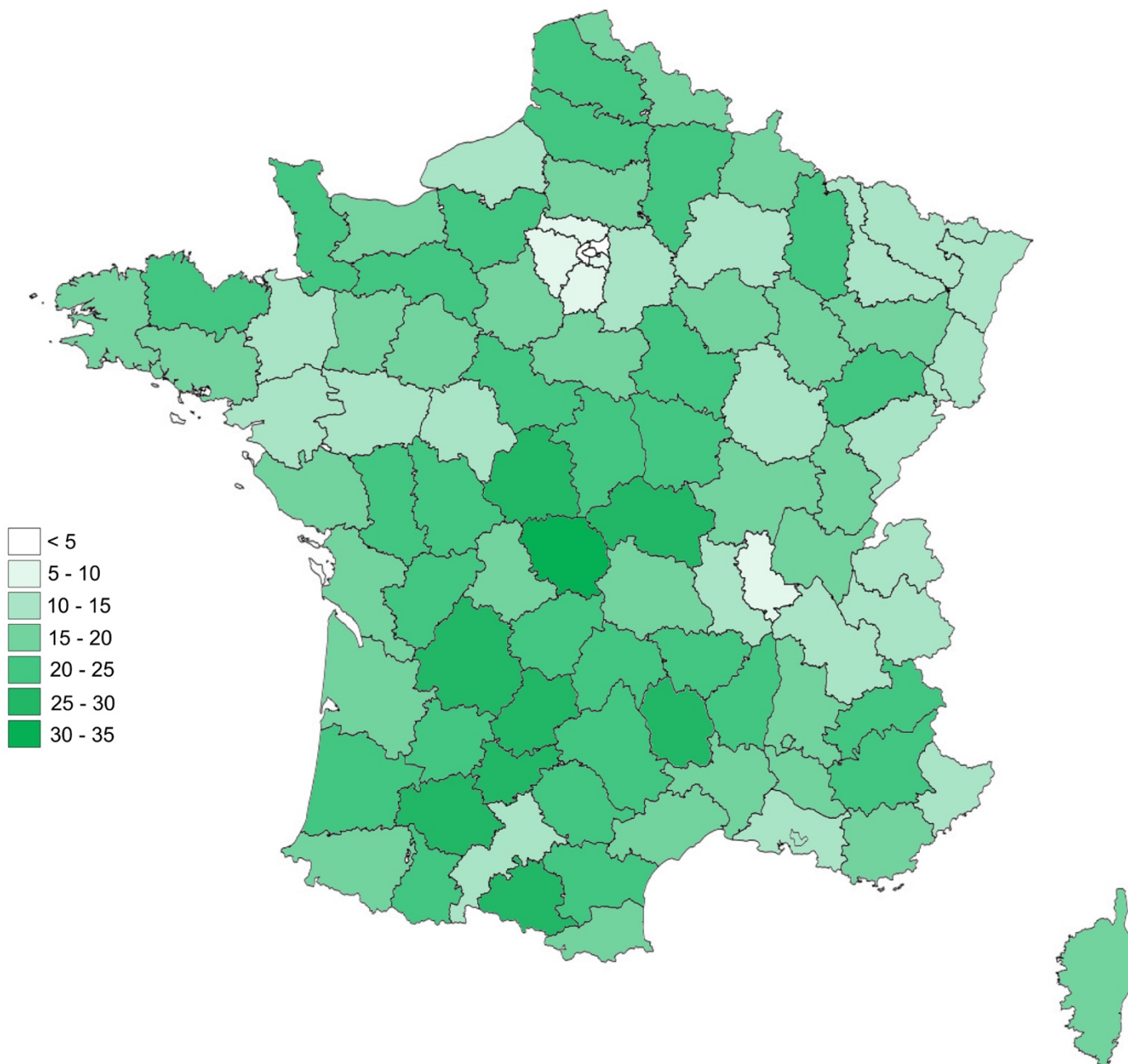


Figure 17 : Nombre de chiens identifiés pour 100 habitants par département

Le nombre de chiens identifiés pour 100 habitants est inégalement réparti sur le territoire français. Le nombre de chiens pour 100 habitants varie de moins de 10 chiens pour 100 habitants dans les départements où le ratio est le plus faible (Région Parisienne, Rhône) à plus de 25 chiens pour 100 habitants dans les départements où le ratio est le plus important (Creuse, Indre, Dordogne, Ariège, Allier, Lozère, Gers, Lot, Tarn-et-Garonne).

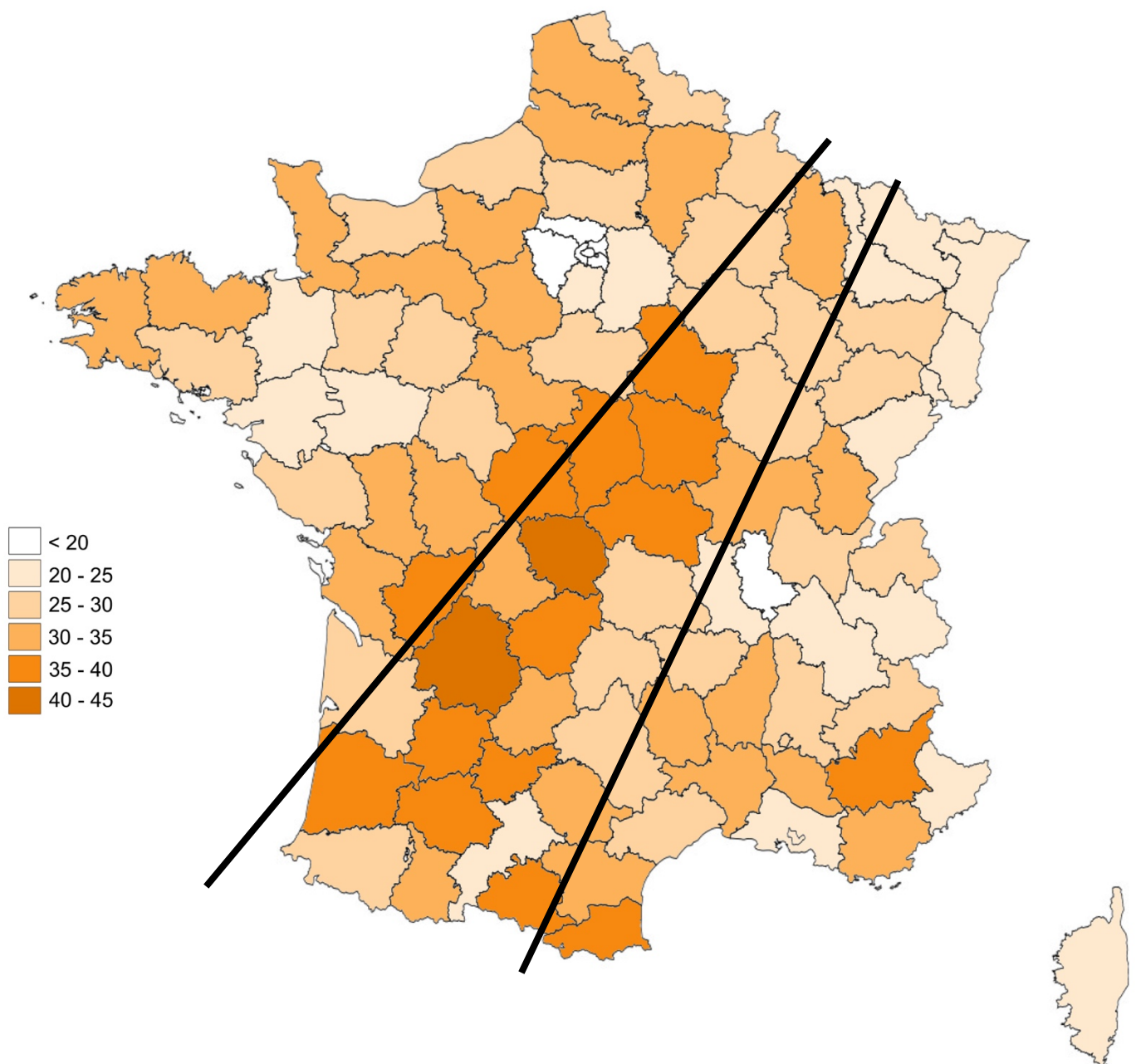


Figure 18 : Nombre d'animaux de compagnie identifiés pour 100 habitants par département

Le nombre d'animaux de compagnie varie de 20 à 45 animaux de compagnie pour 100 habitants en fonction des départements. Une zone géographique avec un ratio plus important se dessine. Cette zone correspond à une diagonale qui s'étend du sud-est de la région parisienne au sud-ouest de la France. Dans ces départements, le nombre d'animaux de compagnie pour 100 habitants varie entre 35 à 45 animaux contre en moyenne 25 animaux pour 100 habitants en France.

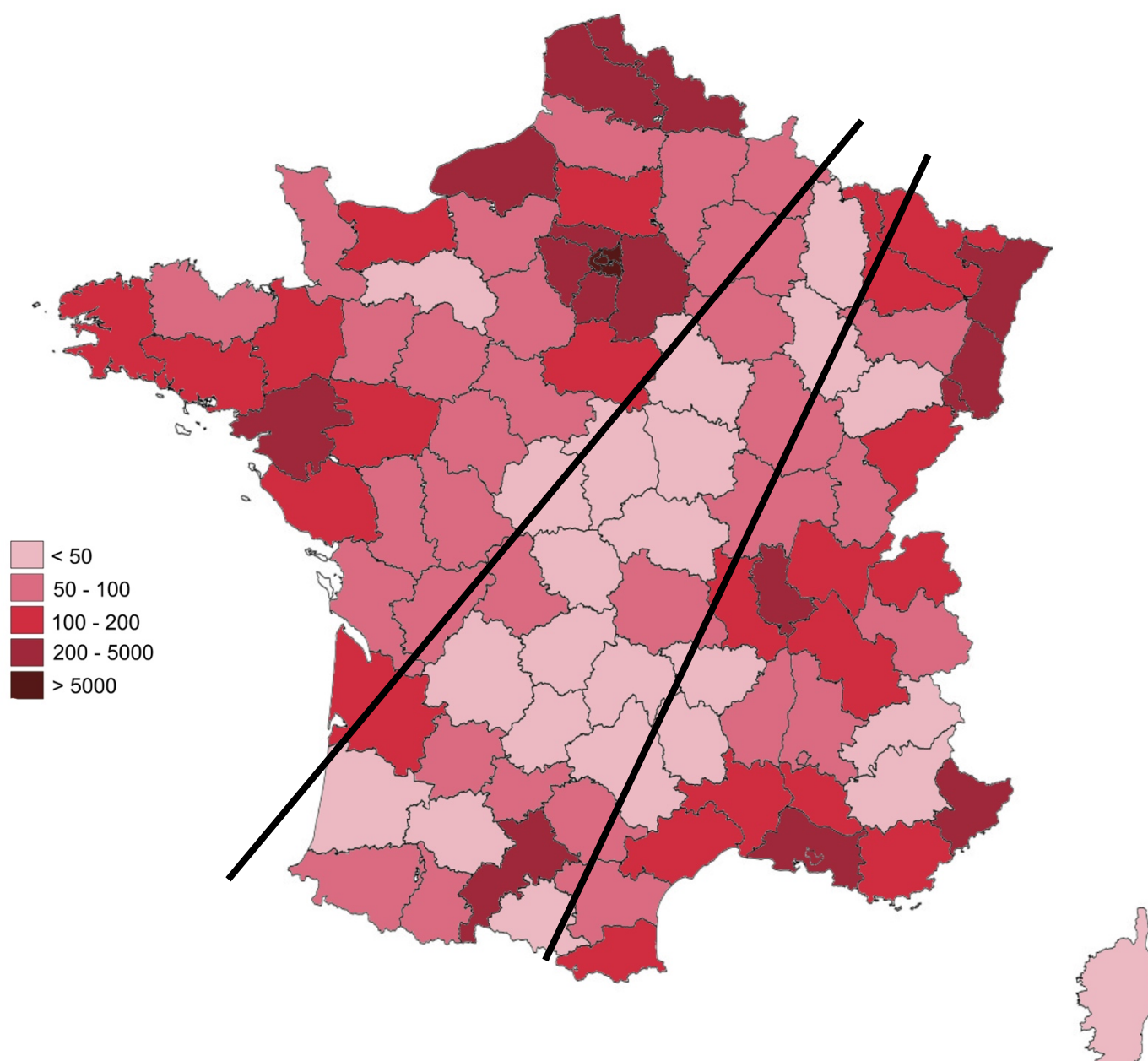
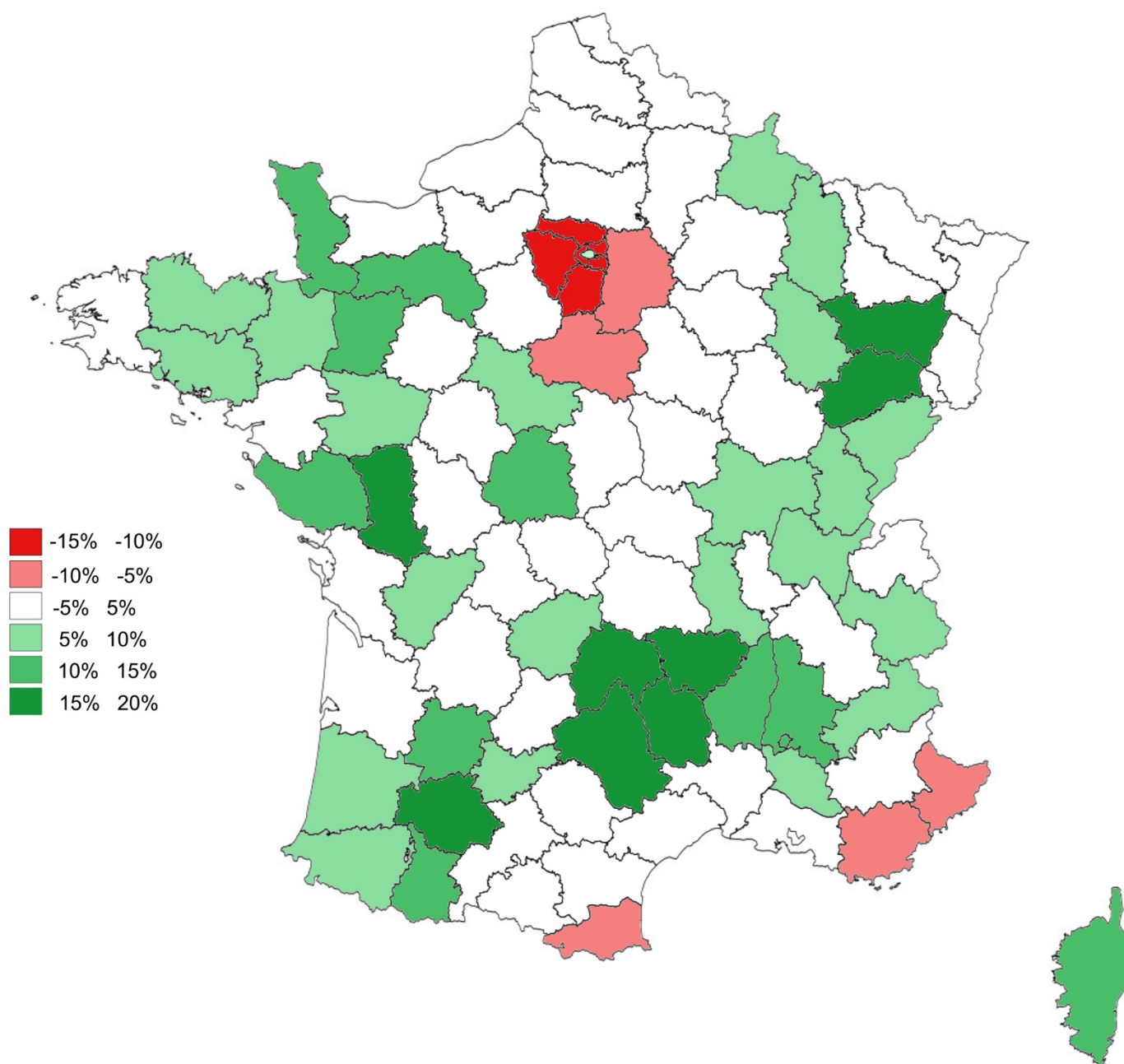


Figure 19 : Nombre d'habitants par km² par département en 2018

Cette diagonale se superpose à la « diagonale du vide » ; expression utilisée par les géographes pour désigner une bande où la densité de population humaine est plus faible. Elle s'étend du Nord-Est au Sud-Ouest de la France.

Les zones en France où la densité de population est la plus faible sont également les zones où le nombre d'animaux de compagnie pour 100 habitants est le plus important.

2. Évolution du nombre d'animaux de compagnie en France

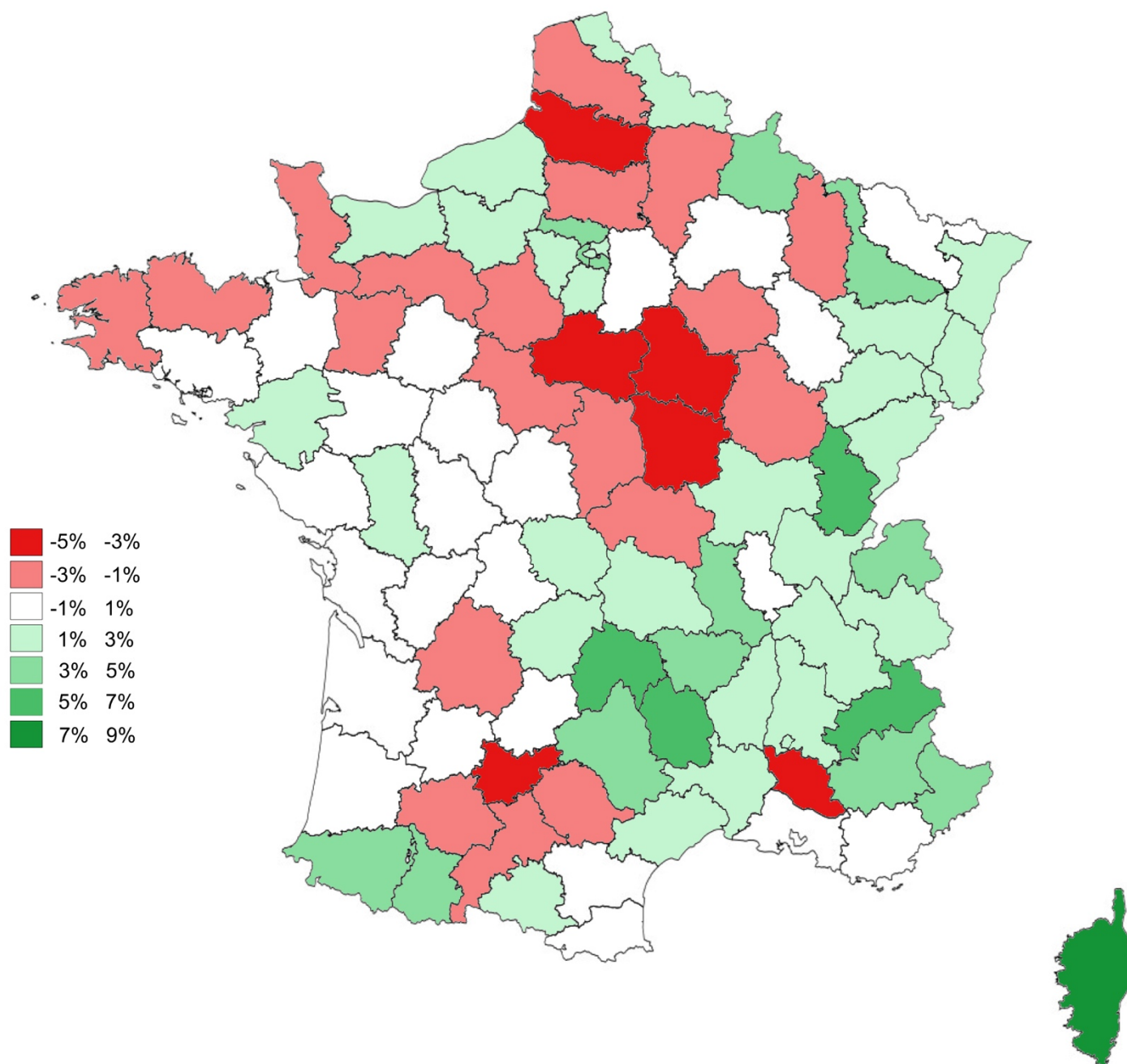


Moyenne nationale : + 17% sur 3 ans

Figure 20 : Évolution du nombre de chats entre 2018 et 2021 par rapport à la moyenne nationale par département

La population de chats est en croissance en France. Entre 2018 et 2021, le nombre de chats a augmenté de 17 % en France. Cette hausse n'est pas uniformément répartie sur le territoire. Certains départements ont eu un taux de croissance supérieur à la moyenne nationale. La Haute-Loire, le Gers, l'Aveyron, la Lozère, le Cantal, la Haute-Saône, les Vosges et les Deux-Sèvres ont eu une croissance supérieure de 15 % par rapport à la croissance nationale, ce qui correspond à plus de 32 % de croissance sur trois ans.

Certains départements ont eu une croissance inférieure à la moyenne nationale, c'est le cas de la région parisienne, et des départements situés sur la côte méditerranéenne : Pyrénées-Orientales, Var, Alpes-Maritimes.



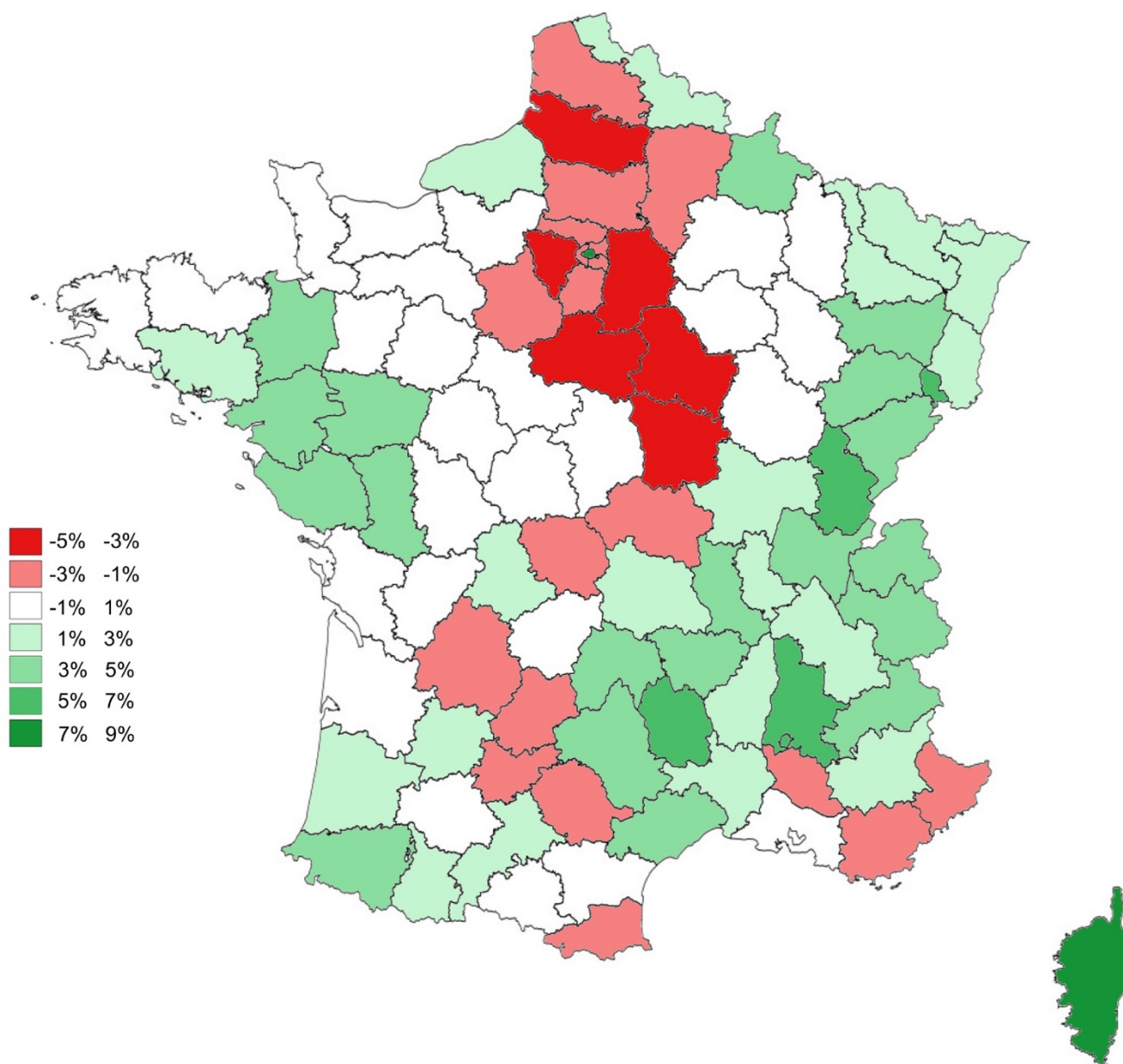
Moyenne nationale : + 1 % sur 3 ans

Figure 21 : Évolution du nombre de chiens entre 2018 et 2021 par rapport à la moyenne nationale par département

La population de chiens croit légèrement en France entre 2018 et 2021. Pendant cette période, le nombre de chiens a augmenté de 1 % en France.

Certains départements ont eu un taux de croissance supérieur à la moyenne nationale. La Corse, le Jura, le Cantal, la Lozère, les Hautes-Alpes ont connu une croissance supérieure de 5 % par rapport à la croissance nationale, ce qui correspond à plus de 6 % de croissance au cours de ces trois années.

Certains départements ont eu une croissance inférieure à la moyenne nationale et négative, c'est le cas notamment des départements situés au sud de la région parisienne : la Somme, l'Yonne, le Tarn-et-Garonne, la Nièvre, le Loiret et le Vaucluse.



Moyenne nationale : + 7 % sur 3 ans

Figure 22 : Évolution du nombre d'animaux de compagnie entre 2018 et 2021 par rapport à la moyenne nationale par département

Avec un taux de croissance du nombre d'animaux de compagnie de 7 % en moyenne en France entre 2018 et 2021, l'ensemble des départements ont une population d'animaux de compagnie qui augmente. Cependant une grande disparité existe entre départements. Les départements dont la croissance est la plus importante sont la Corse, Paris, la Drôme, la Lozère, le Jura, et le territoire de Belfort avec une croissance de plus de 12 % en moyenne sur ces trois années.

Certains départements ont un taux de croissance inférieur à la moyenne nationale. La région parisienne et les départements situés au nord et au sud de celle-ci sont ceux qui présentent la croissance la plus faible : entre 2 % et 6 % sur trois ans.

II. Étude de la répartition des vétérinaires exerçant une activité canine en France

Les vétérinaires inscrits à l'Ordre des vétérinaires déclarent les espèces traitées par ordre d'importance. Chaque vétérinaire a le choix de déclarer entre une à trois espèces traitées.

Une question se pose alors sur le temps consacré à l'activité « canine » (chiens et chats) pour chaque praticien. Une estimation est proposée dans le tableau suivant. Elle permet de déterminer pour chaque vétérinaire un nombre « Équivalent Vétérinaire Canin » (EVC) qui correspond à la part d'activité canine dudit vétérinaire dans son activité totale. Par exemple, un vétérinaire mixte ayant renseigné en première espèce traitée « Canine » et en deuxième espèce traitée « Animaux de rente » sera comptabilisé d'après le tableau suivant comme correspondant à 0,7 équivalent vétérinaire canin.

Tableau II : Évaluation du nombre d'équivalents vétérinaires canins en fonction des espèces traitées déclarées à l'Ordre des vétérinaires

Espèces traitées déclarées à l'Ordre des vétérinaires			Équivalent vétérinaire canin (EVC)
1 ^{ère} espèce	2 ^{ème} espèce	3 ^{ème} espèce	
Canine	0	0	1
Canine	NAC	0	1
Canine	NAC	Autres	0,85
Canine	Autres	0	0,7
Canine	Autres	Autres	0,5
Autres	Canine	0	0,3
Autres	Canine	Autres	0,3
Autres	Autres	Canine	0,15
Non renseigné	Non renseigné	Non renseigné	0,3

A partir de cette estimation et des données transmises par l'Ordre des vétérinaires, une carte de France est réalisée pour estimer l'activité canine de chaque département. Celle-ci représente le nombre d'équivalents vétérinaires canins par département en utilisant les approximations du tableau précédent.

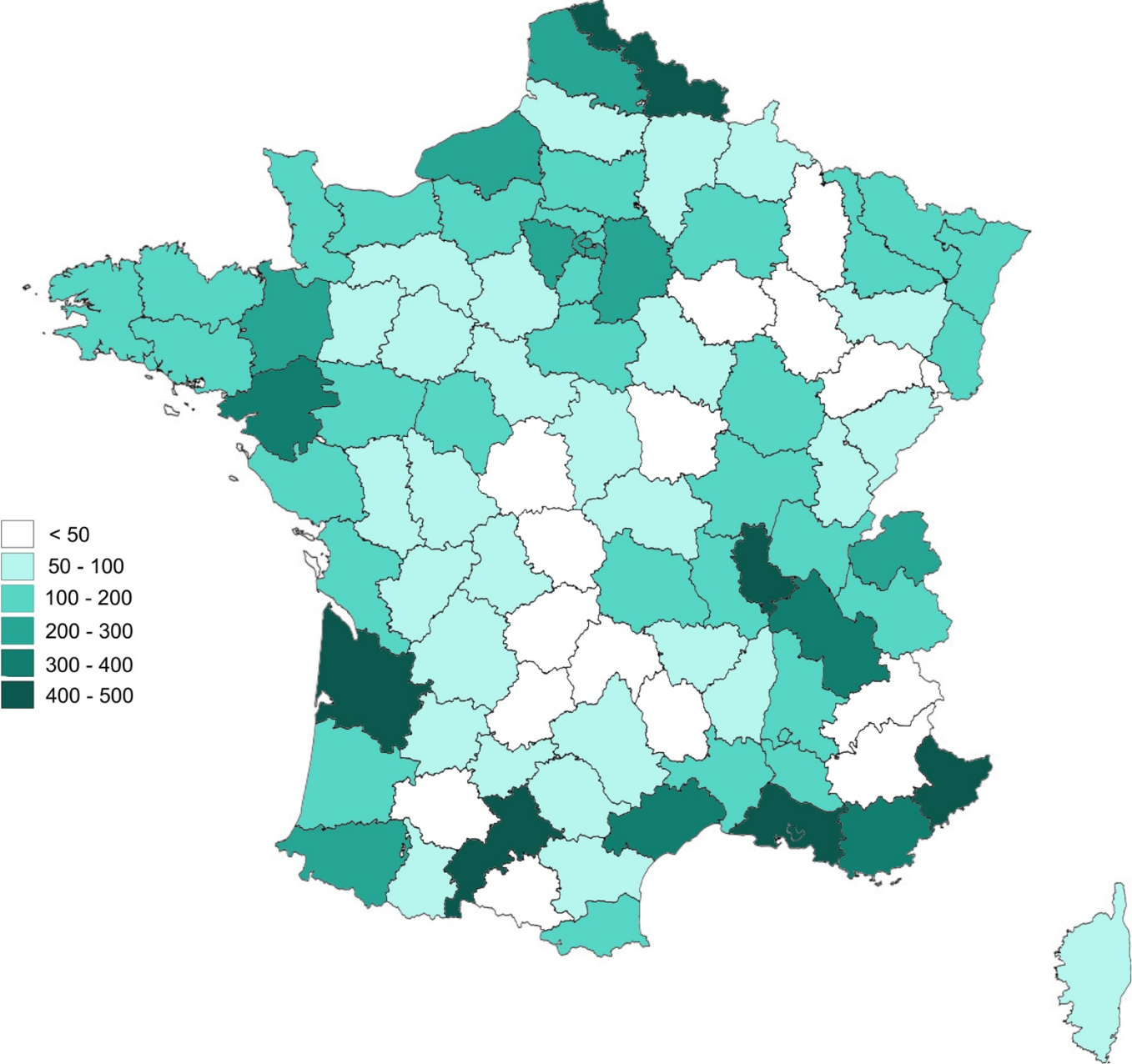


Figure 23 : Nombre d'équivalents vétérinaires canins par département

Il existe une grande disparité au sein de la répartition des vétérinaires exerçant une activité canine en France. Les départements avec le plus de praticiens canins sont en règle générale les départements les plus peuplés. Les départements de la côte méditerranéenne, la Gironde, le Rhône, l'Isère, la Loire-Atlantique, la Haute-Garonne et le Nord sont les départements où le nombre d'équivalents vétérinaires canins est le plus important.

En revanche, le nord-est et le centre de la France se distinguent par un nombre de vétérinaires exerçant une activité canine plus faible que dans les autres départements du pays.

III. Identification d'une zone d'installation d'une clinique vétérinaire

La première étape dans le choix d'une zone d'installation d'une structure vétérinaire est l'étude du potentiel économique de la zone. Déterminer le nombre de clients potentiels (animaux de compagnie suivis) est primordial pour évaluer par la suite un Chiffre d'Affaires (CA) prévisionnel.

Dans le cas d'une reprise d'une clinique vétérinaire, une estimation du nombre de clients et du chiffre d'affaires peut être déterminée en extrapolant les chiffres des années précédentes. Cependant, dans le cas d'une création d'une structure, l'absence de chiffres complique l'estimation.

Une méthode de calcul théorique du chiffre d'affaires par département est proposée. Le chiffre d'affaires est calculé en prenant en compte le nombre d'animaux de compagnie (chiens et chats) par département et la dépense moyenne en frais de santé. D'après l'étude réalisée par Ipsos, les propriétaires d'animaux de compagnie dépensent en moyenne 211 € par an en frais vétérinaires pour leur chien et 166 € pour leur chat (5). En multipliant ces frais annuels moyens par le nombre de chats et de chiens identifiés par département (données transmises par l'ICAD), un chiffre d'affaires des frais vétérinaires annuels peut être calculé pour chaque département.

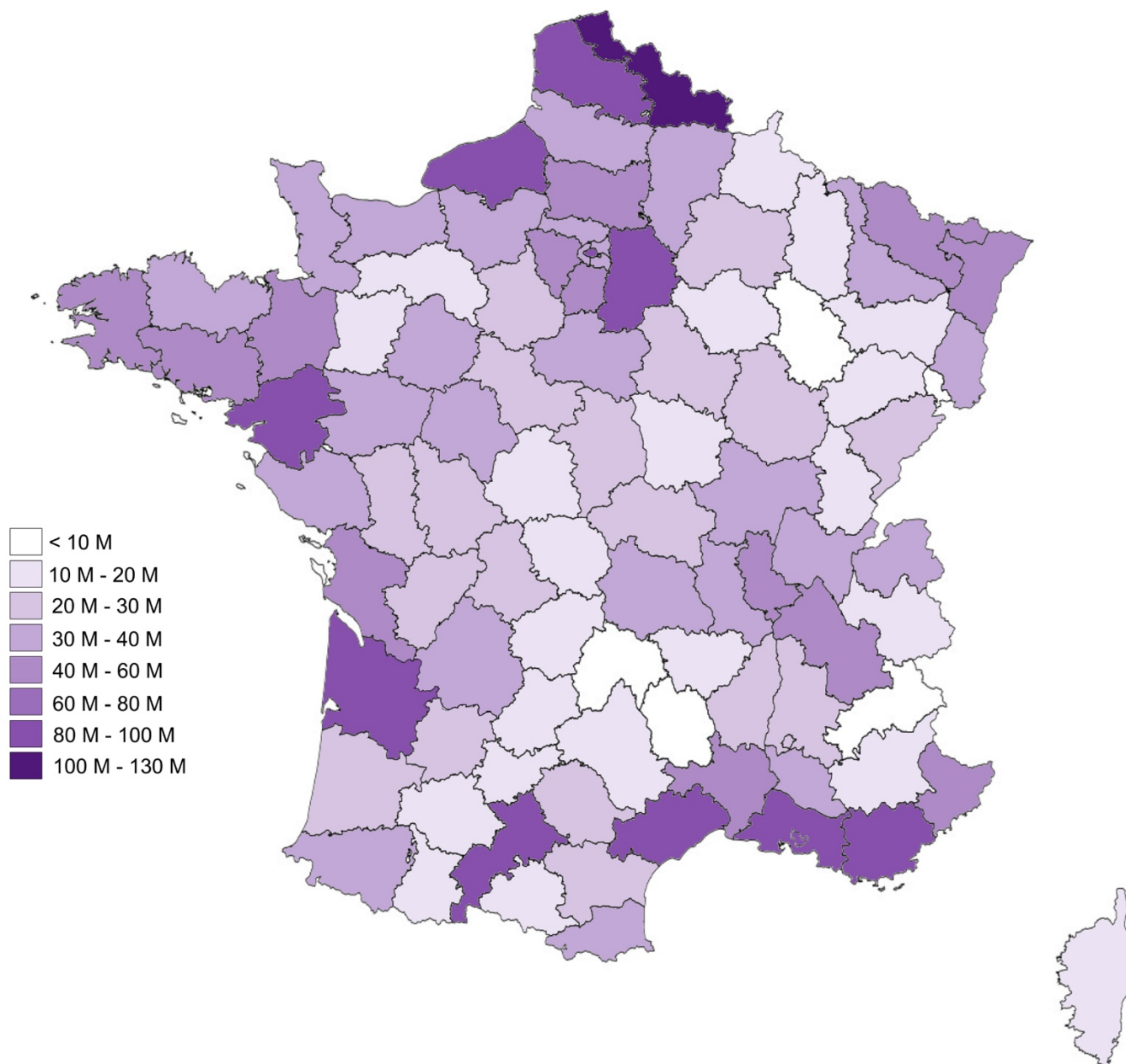


Figure 24 : Estimation du chiffre d'affaires des frais vétérinaires par département (en millions d'euros)

Dépenses annuelles moyennes en frais vétérinaires pour un chien : 211 €

Dépenses annuelles moyennes en frais vétérinaires pour un chat : 166 €

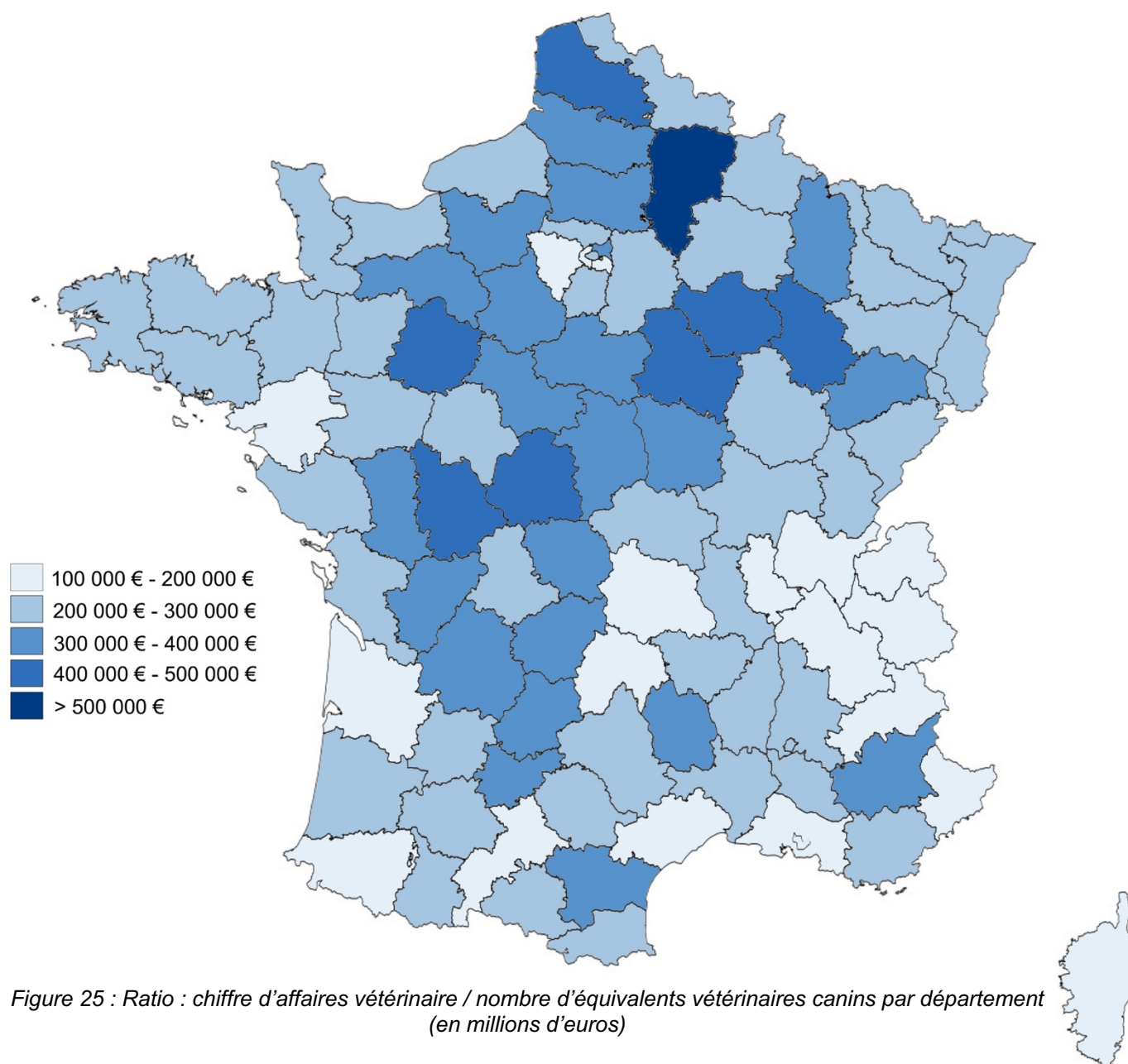
Des différences significatives du chiffre d'affaires sont observables entre les départements. Certains départements comme la Haute-Marne, la Lozère, la Creuse et les Hautes-Alpes, ont un chiffre d'affaires de moins de 10 millions d'euros par an, contre plus de 80 millions d'euros pour les dix départements ayant le chiffre d'affaires calculé le plus élevé.

Pour s'intéresser à l'attractivité économique d'un territoire, il convient de diviser le chiffre d'affaires annuel des frais vétérinaires de ce territoire par le nombre d'équivalents vétérinaires canins de ce même territoire.

L'étude de l'attractivité économique va se réaliser en plusieurs étapes correspondant à des échelles géographiques de plus en plus restreintes. Ce ratio (chiffre d'affaires estimé / nombre d'équivalents vétérinaires canins) est utilisé à l'échelle nationale, départementale puis intra-départementale.

1. A l'échelle nationale

La première étape consiste à déterminer des départements d'intérêts. La carte suivante présente le ratio (chiffre d'affaires / nombre d'équivalents vétérinaires canins) par département. Les départements dont le ratio est le plus élevé seront considérés comme intéressants pour un projet d'installation d'une clinique vétérinaire.



L'Aisne est le département français où le ratio est le plus élevé. En comparant la moyenne des ratios des dix départements présentant les ratios les plus élevés (moyenne de 427 000 €) à celle des dix départements ayant les ratios les plus faibles (moyenne de 146 000 €), on constate un coefficient multiplicateur de 2,9. Le tableau ci-dessous présente les valeurs du ratio (CA / EVC) pour les dix départements où le ratio est le plus élevé. Le ratio de l'ensemble des départements est disponible en annexe.

Tableau III : Chiffre d'affaires par équivalent vétérinaire canin et par département

Classement	Département	CA / EVC
1	Aisne	554 316 €
2	Haute-Marne	462 696 €
3	Yonne	428 104 €
4	Pas-de-Calais	425 267 €
5	Vienne	412 847 €
6	Sarthe	406 047 €
7	Aube	405 659 €
8	Indre	401 997 €
9	Cher	389 870 €
10	Somme	388 771 €

Ce tableau classe les départements en fonction de leur attractivité économique. Cependant, comme tout modèle, celui-ci présente des imperfections : il ne prend pas en compte les cliniques vétérinaires situées à la frontière entre deux départements. Il permet néanmoins de mettre en lumière des départements plus attractifs que d'autres qui nécessiteront une étude approfondie.

2. A l'échelle départementale

Dans le cadre de l'étude visant à déterminer un lieu propice à l'installation d'une nouvelle structure vétérinaire, nous avons choisi d'étudier le département du Cher. Ce choix a été effectué en considérant des critères personnels en vue d'une installation future.

Ce département se distingue en se plaçant en 9^{ème} position dans le classement des chiffres d'affaires par équivalent vétérinaire canin par département. En outre, cette étude peut être appliquée à un autre département en fonction des besoins et des choix.

Afin d'obtenir une zone d'installation plus restreinte et prendre en compte les spécificités locales, le département du Cher a été divisé en quatre grandes zones économiques, correspondant aux quatre points cardinaux (nord, sud, est et ouest). Cette subdivision permettra de se concentrer par la suite sur la zone la plus attractive.

Pour effectuer cette division de manière équitable et pertinente, celle-ci a été réalisée de sorte que les limites entre les zones définies soient situées à égale distance des cliniques vétérinaires les plus proches.

Parmi les quatre zones délimitées, une d'entre elles se distingue par son nombre d'habitants plus important. La zone Ouest comprenant les villes de Bourges et Vierzon compte plus de 178 000 habitants contre 44 000 habitants pour les zones Est et Nord et 34 000 habitants pour la zone Sud.

Le nombre d'habitants par zone a été défini à partir des données démographiques de l'INSEE (12). L'ensemble des communes du Cher a été pris en compte soit 287 communes pour 302 000 habitants.

La carte ci-dessous présente l'ensemble des communes du département du Cher et les subdivisions réalisées. Les communes disposant de vétérinaires sont mises en évidence par un fond de couleur jaune. Enfin, les villes des départements limitrophes situées à moins de trois kilomètres du Cher et disposant de structures vétérinaires ont également été ajoutées sur la carte.

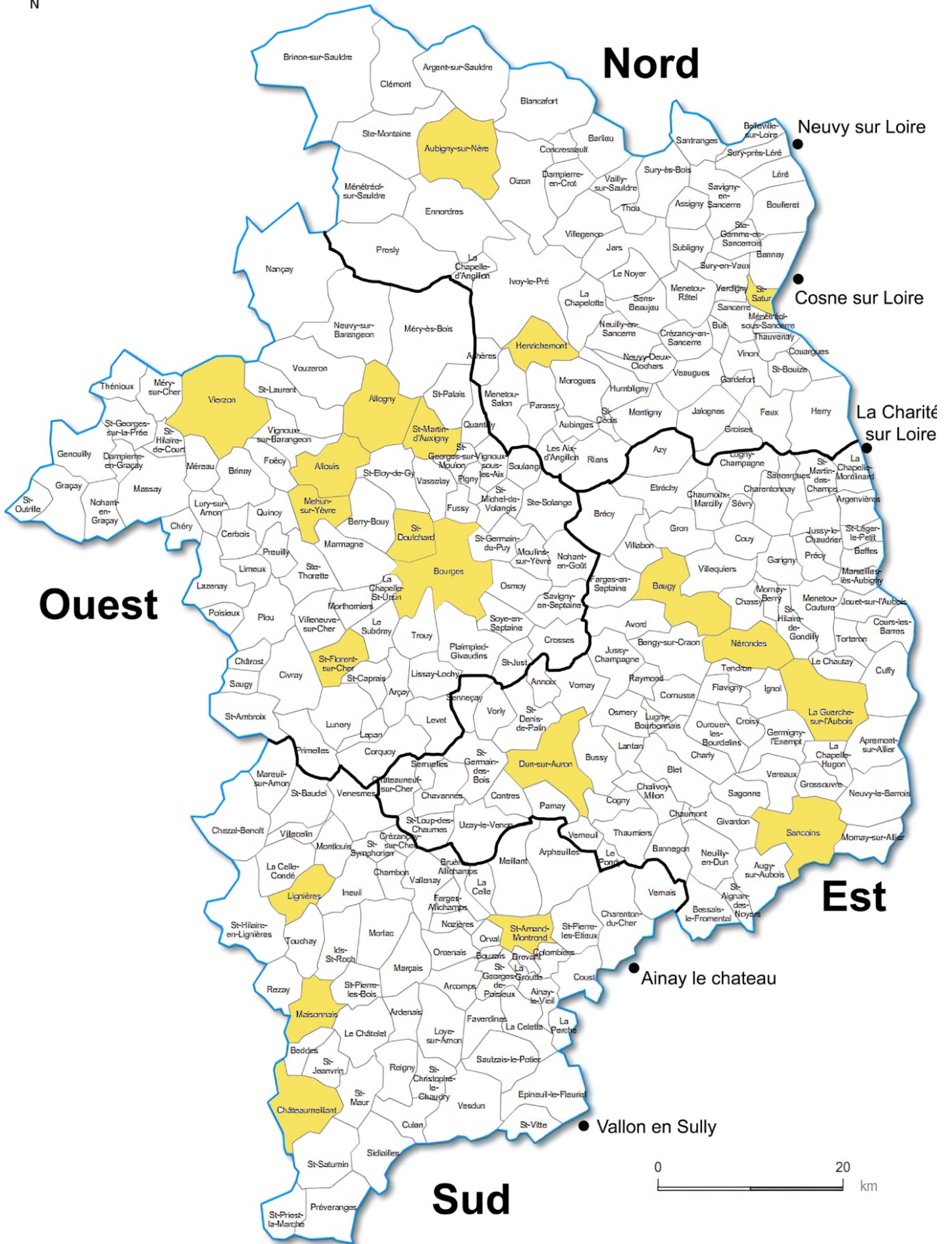


Figure 26 : Cliniques vétérinaires situées dans le département du Cher

La même méthodologie utilisée à l'échelle nationale est appliquée ici. Dans chaque zone un chiffre d'affaires par équivalent vétérinaire canin est calculé.

Seuls les animaux de compagnie présents dans le département du Cher sont comptabilisés. Cependant, le nombre d'équivalents vétérinaires canins exerçant dans ce département sera, quant à lui, ajusté en tenant compte de la localisation des cliniques vétérinaires et de la part d'activité estimée qu'elles réalisent dans le Cher.

On estime ici qu'une structure vétérinaire située à moins de trois kilomètres de la frontière avec un autre département a une activité canine divisée à parts égales entre ces deux départements. Ainsi, on considère que les effectifs vétérinaires de cette structure sont divisés équitablement entre les deux départements. Ceci s'applique autant pour une structure vétérinaire située dans le Cher et proche d'un autre département, que pour une structure vétérinaire située dans un département voisin et proche du Cher. Les cliniques vétérinaires situées à plus de trois kilomètres de la frontière départementale ne font pas l'objet d'ajustements de leurs effectifs vétérinaires.

Le tableau ci-dessous présente les communes du Cher et les communes limitrophes (situées à moins de trois kilomètres de la frontière départementale) où exercent des vétérinaires. Pour chaque commune, le nombre d'équivalents vétérinaires canins ajusté en fonction de sa situation géographique, est renseigné.

Tableau IV : Nombre d'équivalents vétérinaires canins des communes du Cher et des communes limitrophes.

Zone	Ville	Nombre d'équivalents vétérinaires canins
Zone Est	Dun-sur-Auron (18)	2
	La Guerche-sur-L'aubois (18)	1
	Sancoins (18)	1,15
	Baugy (18)	2,7
	Nérondes (18)	0,7
	La-Charité-sur-Loire (58)	0,32
Zone Nord	Aubigny-sur-Nère (18)	2,55
	Henrichemont (18)	0,6
	Saint-Satur (18)	0,875
	Neuvy-sur-Loire (58)	0,5
	Cosne-Cours-sur-Loire (58)	1,5
	La-Charité-sur-Loire (58)	0,32
Zone Ouest	Bourges (18)	13,9
	Vierzon (18)	11,1
	Saint-Doulchard (18)	0,85
	Mehun-sur-Yèvre (18)	2
	Saint-Florent-sur-Cher (18)	3
	Saint-Martin-d'Auxigny (18)	0,5
	Allogny (18)	0,5
	Allouis (18)	1
Zone Sud	Saint-Amand-Montrond (18)	6,05
	Lignières (18)	1,75
	Châteaumeillant (18)	1,05
	Maisonvais (18)	0,25
	Ainay-le-Château (03)	0,575
	Vallon-en-Sully (03)	0,475

En tenant compte du nombre d'équivalents vétérinaires canins, du nombre d'animaux de compagnie et des frais vétérinaires moyens, un chiffre d'affaires par équivalent vétérinaire canin est calculé par zone.

Pour rappel, le département du Cher comprend 14 chats et 23 chiens pour 100 habitants et les dépenses moyennes annuelles en frais vétérinaires s'élèvent à 166 € par chat et 211 € par chien.

Tableau V : Chiffre d'affaires calculé par équivalent vétérinaire canin

Zone	Nombre d'équivalents vétérinaires canins	Nombre d'habitants	Nombre de chiens calculé	Nombre de chats calculé	Chiffre d'affaires calculé	CA / EVC
Zone Est	7,87	44 535	10 243	6 235	3 196 277 €	406 134 €
Zone Nord	6,345	44 072	10 137	6 170	3 163 047 €	498 510 €
Zone Ouest	32,85	178 855	41 137	25 040	12 836 423 €	390 759 €
Zone Sud	10,15	34 844	8 014	4 878	2 500 754 €	246 380 €

La zone Nord possède le chiffre d'affaires par équivalent vétérinaire canin le plus élevé. Il s'élève à 498 510 € par an et par vétérinaire. Cependant, le nombre d'équivalents vétérinaires canins étant très faible, l'ajout d'une clinique avec plusieurs vétérinaires canins aura un plus grand impact sur le ratio (CA / EVC).

Tableau VI : Chiffre d'affaires calculé par équivalent vétérinaire canin en fonction de la taille de la nouvelle structure

Zone	CA / EVC	+ 1 vétérinaire	+ 2 vétérinaires	+ 3 vétérinaires
		CA / EVC	CA / EVC	CA / EVC
Zone Est	406 134 €	360 347 €	323 838 €	294 046 €
Zone Nord	498 510 €	430 640 €	379 035 €	338 475 €
Zone Ouest	390 759 €	379 215 €	368 334 €	358 059 €
Zone Sud	246 380 €	224 283 €	205 823 €	190 171 €

En fonction du nombre de vétérinaires s'installant sur le territoire, le choix de la zone d'installation diffère. Ainsi pour une structure vétérinaire accueillant un ou deux vétérinaires, la zone Nord apparaît comme la plus attractive économiquement. En revanche, pour une structure vétérinaire comptant au moins trois vétérinaires, la zone Ouest est la plus intéressante d'un point de vue économique.

Pour la suite de ce travail, nous nous concentrons sur l'installation d'une clinique vétérinaire qui serait en mesure d'accueillir, à terme, au moins trois vétérinaires. Pour une telle structure, la zone Ouest du Cher semble la plus propice à son implantation.

Afin d'affiner la zone d'implantation idéale, la zone Ouest du Cher a été subdivisée en secteurs. Par conséquent, les cliniques vétérinaires relativement proches géographiquement dans la zone Ouest ont été regroupées au sein de secteurs. Au total, cinq secteurs sont définis :

- Le secteur de Vierzon
- Le secteur de Mehun sur Yèvre - Allouis
- Le secteur de Allogny - Saint Martin d'Auxigny
- Le secteur de Bourges - Saint Doulchard
- Le secteur de Saint Florent sur Cher

Pour déterminer le secteur d'installation le plus approprié, des zones de chalandise sont définies. Les zones de chalandise définissent la population cible de la clinique vétérinaire. Ces zones, d'un rayon de 10 kilomètres (choix arbitraire), sont tracées autour de chaque secteur défini de la zone Ouest (en noir) et autour des cliniques vétérinaires voisines (en bleu).

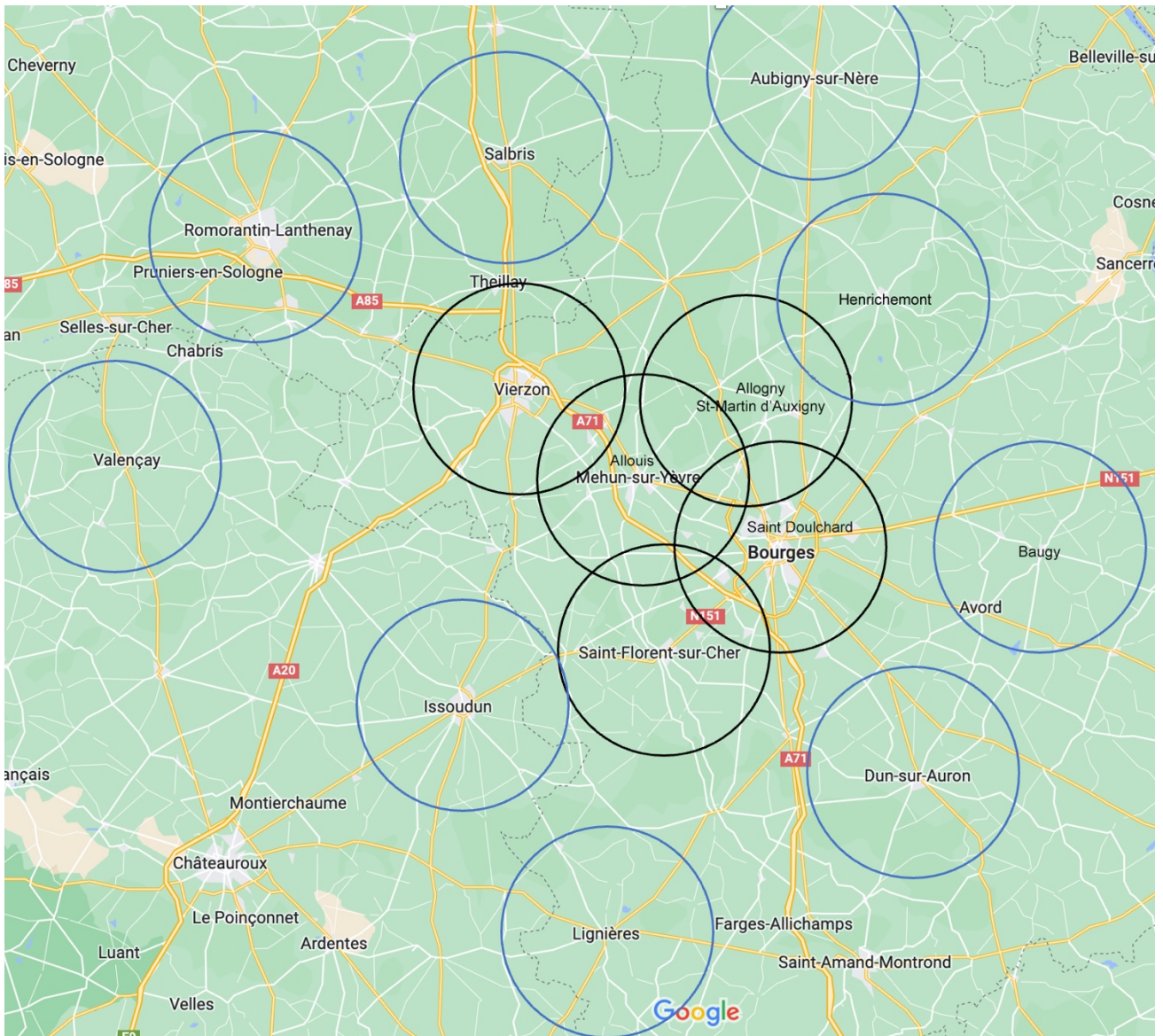


Figure 27 : Zones de chalandise des structures vétérinaires présentes dans la zone Ouest du Cher et les cliniques vétérinaires limitrophes (1)

La carte présente les zones de chalandise de 10 kilomètres de rayon autour des cliniques situées dans la région Ouest du Cher (en noir) et des cliniques vétérinaires extérieures à cette zone (en bleu).

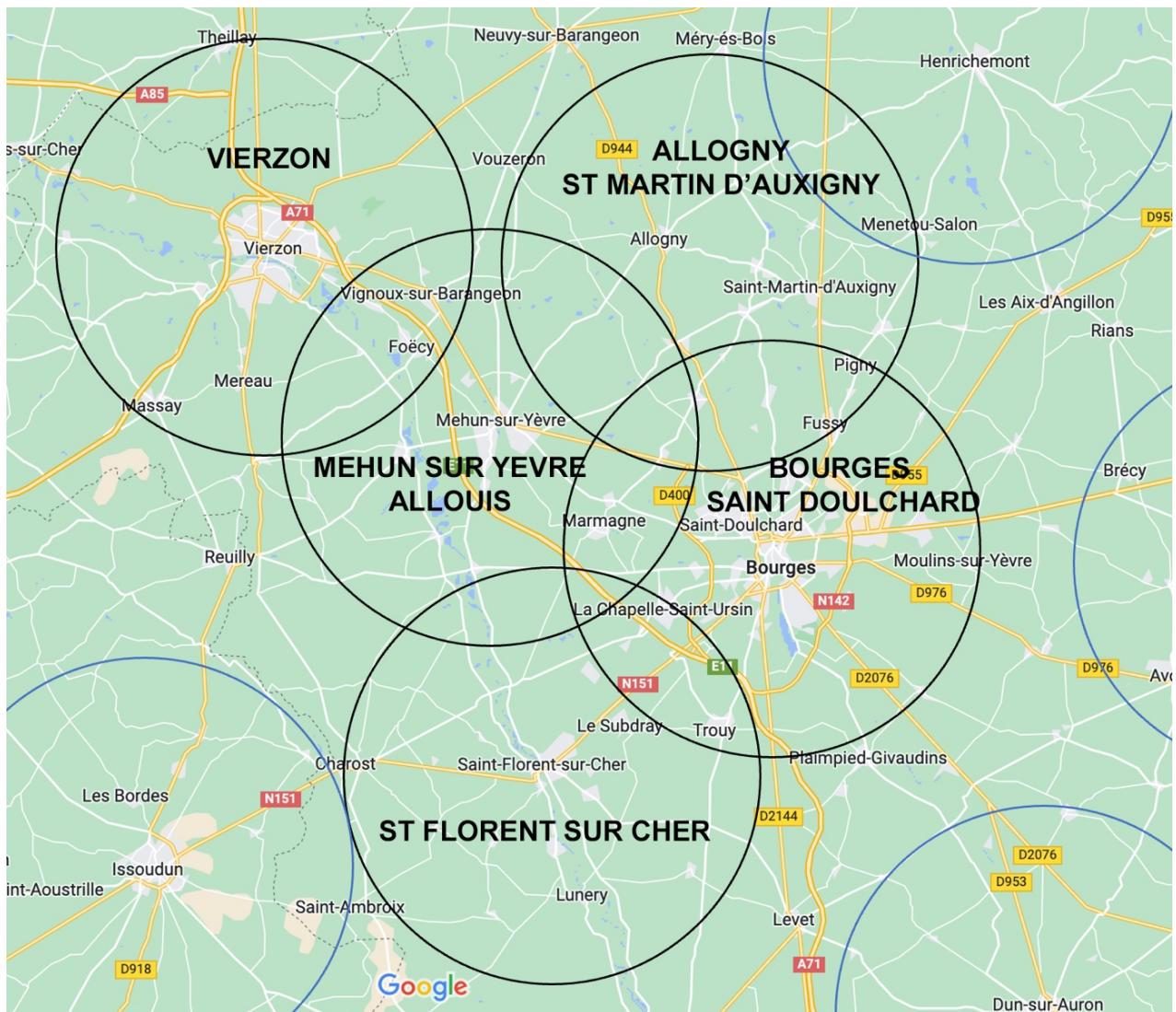


Figure 28 : Zones de chalandise des structures vétérinaires présentes dans la zone Ouest du Cher et les vétérinaires limitrophes (2)

Le nombre potentiel de chiens et chats de chaque secteur est calculé en extrapolant à partir du nombre d'habitants des communes présentes dans les zones de chalandise (14 chats et 23 chiens pour 100 habitants, données transmises par l'ICAD en 2021). La population d'une commune appartenant à une seule zone de chalandise sera comptabilisée entièrement dans ce secteur. La population d'une commune située à l'intérieur de deux zones de chalandise sera divisée à parts égales entre ces deux secteurs, etc.

Tableau VII : Nombre d'habitants par zone définie (Partie 1)

Zone	Communes	Habitants	Intersection entre 2 zones		Intersection entre 3 zones		Nombre d'habitants estimé
			Communes	Habitants	Communes	Habitants	
Bourges - Saint Doulchard	Bourges	64 541	Fussy	1 964	Marmagne	1 922	
	Saint-Doulchard	9 607	Pigny	1 005	Saint-Éloy-de-Gy	1 549	
	Moulins-sur-Yèvre	847	Trouy	3 953			
	Plaimpied-Givaudins	2 069	La Chapelle-Saint-Ursin	3 663			
	Saint-Germain-du-Puy	5 041	Berry-Bouy	1 183			
	Osmoy	263	Vasselay	1 501			
	Soye-en-Septaine	602					
	Saint-Michel-de-Volangis	451					
	Total	83 421	Total ajusté	6 635	Total ajusté	1 157	91 213
St Florent sur Cher	Saint-Florent-sur-Cher	6 442	Trouy	3 953	Marmagne	1 922	
	Lunery	1 585	La Chapelle-Saint-Ursin	3 663			
	Morthomiers	763	Poisieux	218			
	Le Subdray	1 012					
	Arçay	500					
	Saint-Caprais	771					
	Primelles	249					
	Lapan	215					
	Civray	906					
	Charost	985					
	Saugy	79					
	Villeneuve-sur-Cher	420					
	Plou	539					
	Total	14 466	Total ajusté	3 917	Total ajusté	641	19 024

Tableau VIII : Nombre d'habitants par zone définie (Partie 2)

Zone	Communes	Habitants	Intersection entre 2 zones		Intersection entre 3 zones		Nombre d'habitants estimé
			Communes	Habitants	Communes	Habitants	
Allogny - St Martin d'Auxigny	Allogny	1 070	Fussy	1 964	Saint-Éloy-de-Gy	1 549	
	Saint-Martin-d'Auxigny	2 447	Pigny	1 005	Vouzeron	587	
	Vignoux-sous-les-Aix	717	Vasselay	1 501	Saint-Laurent	508	
	Quantilly	479	Méry-ès-Bois	575			
	Saint-Palais	611	Achères	380			
			Menetou-Salon	1 612			
			Neuvy-sur-Barangeon	1 108			
	Total	5 324	Total ajusté	4 073	Total ajusté	881	10 278
Mehun sur Yèvre - Allouis	Mehun-sur-Yèvre	6 555	Berry-Bouy	1 183	Marmagne	1 922	
	Sainte-Thorette	478	Brinay	523			
	Quincy	859	Foëcy	2 099			
	Preuilly	422	Vignoux-sur-Barangeon	2 126	Saint-Éloy-de-Gy	1 549	
	Limeux	165	Lazenay	312	Vouzeron	587	
			Cerbois	416	Saint-Laurent	508	
			Lury-sur-Arnon	659			
			Chéry	216			
	Total	8 479	Total ajusté	3 767	Total ajusté	1 522	13 768
Vierzon	Vierzon	25 464	Neuvy-sur-Barangeon	1 108			
	Massay	1 365	Brinay	523			
	Méreau	2 606	Foëcy	2 099	Vouzeron	587	
	Saint-Hilaire-de-Court	594	Vignoux-sur-Barangeon	2 126	Saint-Laurent	508	
	Dampierre-en-Graçay	240	Lury-sur-Arnon	659			
	Saint-Georges-sur-la-Prée	607	Chéry	216			
	Méry-sur-Cher	694					
	Theillay (41)	1 308					
	Orçay (41)	245					
	Total	33 123	Total ajusté	3 366	Total ajusté	365	36 854

Le nombre d'animaux de compagnie par secteur est ensuite pondéré par rapport au nombre d'équivalents vétérinaires canins pour déterminer, comme précédemment, un chiffre d'affaires par équivalent vétérinaire canin pour chaque secteur.

Tableau IX : Chiffre d'affaires par EVC et par zone

Zone	Nombre d'habitants	Nombre de chiens	Nombre de chats	Chiffre d'affaires calculé	Nombre d'EVC	CA / EVC
Bourges - Saint Doulchard	91 213	20 979	12 770	6 546 321 €	14,75	443 818 €
St Florent sur Cher	19 024	4 375	2 663	1 365 329 €	3,00	455 110 €
Allogny - Saint Martin d'Auxigny	10 278	2 364	1 439	737 640 €	1,00	737 640 €
Mehun sur Yèvre - Allouis	13 768	3 167	1 928	988 129 €	3,00	329 376 €
Vierzon	36 854	8 476	5 159	2 644 976 €	11,10	238 286 €

Le secteur de Allogny – Saint Martin d'Auxigny possède le chiffre d'affaires par équivalent vétérinaire canin le plus élevé. Il s'élève à 737 640 € par an. Cependant, le nombre d'équivalents vétérinaires canins étant très faible dans cette zone, le chiffre d'affaires sera grandement modifié par l'ajout d'une clinique vétérinaire comprenant un ou plusieurs vétérinaires canins. A partir de l'ajout d'un vétérinaire ou plus, le secteur de Bourges – Saint Doulchard apparaît comme le secteur le plus attractif économiquement.

Tableau X : Chiffre d'affaires par EVC et par zone en fonction du nombre de nouveaux vétérinaires

Zone	CA / EVC	+ 1 vétérinaire	+ 2 vétérinaires	+ 3 vétérinaires
		CA / EVC	CA / EVC	CA / EVC
Bourges - Saint Doulchard	443 818 €	415 639 €	390 825 €	368 807 €
St Florent sur Cher	455 110 €	341 332 €	273 066 €	227 555 €
Allogny - Saint Martin d'Auxigny	737 640 €	368 820 €	245 880 €	184 410 €
Mehun sur Yèvre - Allouis	329 376 €	247 032 €	197 626 €	164 688 €
Vierzon	238 286 €	218 593 €	201 907 €	187 587 €

Dans le cadre de ce travail, nous considérons une clinique vétérinaire qui a l'ambition d'accueillir à long terme au moins 3 vétérinaires, ainsi le secteur de Bourges – Saint Doulchard est retenu.

3. A l'échelle locale

Le choix de l'emplacement pour l'installation d'une clinique vétérinaire au sein d'une ville est important. Cette décision doit faire l'objet d'une évaluation minutieuse de plusieurs facteurs pour garantir le succès de l'entreprise vétérinaire.

La visibilité occupe une place prépondérante. Opter pour un emplacement bien en vue, de préférence sur des routes principales ou des carrefours fréquentés permet d'accroître la visibilité de la clinique vétérinaire. De plus, une façade facilement repérable attire l'attention des propriétaires d'animaux et augmente la fréquentation.

L'emplacement sur une route passante s'inscrit également dans la théorie de la « dépendance du sentier », conceptualisée par l'économiste Paul David dans les années 1980. Cette théorie explique que les choix réalisés sont influencés par les expériences vécues dans le passé. Une fois un choix adopté, il est difficile d'en changer même si de meilleures solutions existent. Ainsi, les propriétaires d'animaux préfèrent se rendre dans une clinique vétérinaire située sur des itinéraires familiers, qu'ils ont pour habitude d'emprunter plutôt que de changer leurs habitudes, utiliser un nouvel itinéraire et se rendre dans un endroit inconnu. Choisir un emplacement sur une route familière peut accroître la fréquentation de la clinique, en plus de faciliter son accès. (13)

L'accessibilité constitue un autre élément clé. La facilité d'accès et la possibilité de stationnement sont deux critères qui augmentent l'affluence des propriétaires d'animaux de compagnie à la clinique vétérinaire. La disponibilité de places de stationnement à proximité de la clinique est un facteur souvent sous-estimé mais crucial. Les propriétaires d'animaux recherchent des solutions pratiques pour leurs visites chez le vétérinaire, les cliniques dotées de parking ont un avantage concurrentiel indéniable.

En conclusion, choisir le lieu d'implantation d'une clinique vétérinaire dans une ville est une démarche complexe requérant une analyse approfondie. La visibilité, l'accessibilité, la disponibilité de places de stationnement et l'emplacement sur un axe routier fréquenté sont des éléments interdépendants à considérer dans cette prise de décision. Un choix judicieux peut permettre à la clinique de prospérer plus rapidement.

PARTIE 3 : CREATION DE L'ENTREPRISE

I. Dossier bancaire

La constitution du dossier bancaire est une étape indispensable pour l'obtention d'un emprunt auprès des établissements bancaires. Il permet à son créateur d'exposer le business plan de l'entreprise, c'est-à-dire sa stratégie actuelle et future ainsi que des prévisions de retour sur investissement. Le dossier bancaire doit comprendre deux composantes essentielles : le plan de financement et le business plan.

1. Plan de financement

Le plan de financement a pour objectif de déterminer la faisabilité du projet. Il doit lister les besoins financiers nécessaires au lancement de l'activité et les ressources mobilisées pour financer ces besoins. Les besoins et ressources sont énumérés ci-dessous. (14)

Les besoins :

- Les frais d'établissement de la société (frais de greffe, frais de rédaction des statuts juridiques)
- Les immobilisations incorporelles (biens immatériels : logiciel de gestion, publicité)
- Les immobilisations corporelles (biens matériels : le mobilier, les équipements vétérinaires)
- Les immobilisations financières (permettant de couvrir les premières charges : loyer...)
- La trésorerie de démarrage
- Le besoin en fonds de roulement

Les ressources :

- Les capitaux propres
- Les capitaux empruntés

Un fois les besoins financiers estimés et l'apport personnel défini, le montant à emprunter doit être soumis à la banque. Avant d'accorder l'emprunt nécessaire au lancement de l'activité, l'établissement bancaire va évaluer la solidité du projet. La réalisation d'un business plan, permet de présenter le projet et étudier la rentabilité future (bilan prévisionnel).

2. Business plan

a. Présentation du projet

La première étape du business plan correspond à la présentation du projet. Cette partie doit être exhaustive et exposer les différents éléments qui composent le projet, c'est-à-dire le lieu d'implantation, l'équipe médicale (Auxiliaires Spécialisés Vétérinaires (ASV), vétérinaires), l'activité vétérinaire pratiquée (canine), la cible (propriétaires d'animaux de compagnie), et la stratégie à court et moyen terme.

La stratégie et la cible de la clinique vétérinaire doivent être réfléchies en amont. Plusieurs stratégies peuvent être mises en place en fonction du modèle choisi :

Une clinique vétérinaire « haute gamme » pratiquera des tarifs plus élevés et sa clientèle attendra un service de prise en charge de l'animal de compagnie de haute qualité. Dans ce modèle, l'attention portée à l'animal et le temps consacré au propriétaire seront plus importants.

Au contraire, une clinique vétérinaire qui pratiquerait des tarifs « bon marché » (VétoAccess), devra avoir un rendement plus élevé pour être rentable et aura comme cœur de cible les propriétaires soucieux de l'aspect économique. La qualité du service proposé doit être en adéquation avec les tarifs pratiqués.

b. Bilan prévisionnel

Le calcul d'un bilan prévisionnel permet d'étudier la solidité financière du projet et sa rentabilité. Il consiste à estimer le résultat avant impôts de l'entreprise à partir du calcul d'un chiffre d'affaires prévisionnel et des charges.

Dans le cas de la création d'une clinique vétérinaire, l'absence de données financières préexistantes complique ce calcul. Celui-ci doit être réalisé en tenant compte du marché vétérinaire local (nombre d'animaux de compagnie) et de la concurrence présente dans la zone géographique étudiée (nombre d'équivalents vétérinaires canins).

Le bilan prévisionnel doit être réalisé de manière objective afin de présenter un dossier solide mais non idéaliste. Une simulation financière jugée trop optimiste par l'établissement bancaire compromettrait l'obtention d'un prêt.

Exemple de la zone « Bourges – Saint Doulchard » :

Une méthode de calcul du chiffre d'affaires théorique et du résultat prévisionnel est proposée dans le cadre de ce travail.

Le calcul a été effectué pour la zone géographique « Bourges - Saint-Doulchard » étudiée dans la partie précédente. Pour rappel, la création d'une structure vétérinaire, dans laquelle exerce un seul vétérinaire canin dans cette zone permettrait de générer un chiffre d'affaires annuel de 415 639 € TTC (Toutes Taxes Comprises).

Ce chiffre d'affaires correspond au potentiel économique à long terme, lorsque l'entreprise est solidement établie. Il renseigne sur la viabilité de l'entreprise sur ce territoire.

Une autre approche consiste à étudier la croissance de l'entreprise nouvellement créée au cours de la première année d'exercice. Ainsi une estimation du chiffre d'affaires réalisé après un an d'activité peut être proposée. La méthode appliquée ici consiste à déterminer le nombre de nouveaux clients potentiels en tenant compte de la volatilité de la clientèle, du nombre d'animaux de compagnie médicalisés, et des nouveaux propriétaires d'animaux de compagnie de la zone étudiée.

Une étude a été réalisée par Vétérinary Management Studies en Espagne pour estimer la volatilité de la clientèle vétérinaire. Cette étude a été menée auprès de 485 cliniques vétérinaires entre 2012 et 2016 rassemblant 515 090 animaux. (15)

Dans cette étude, les « clients perdus » correspondent aux propriétaires d'animaux de compagnie qui n'ont effectué aucune transaction économique pendant l'année en cours mais qui avaient réalisé au moins une transaction l'année précédente. Ils représentent 50 % des clients.

Les « clients récupérés » désignent les clients qui ont réalisé au moins une transaction économique lors de l'année en cours, aucune transaction l'année précédente, mais qui ont déjà effectué au moins une transaction lors des années antérieures. Ils représentent 8 % des clients et peuvent correspondre à des clients qui ne se rendent pas chez le vétérinaire tous les ans.

Ainsi le nombre de clients réellement perdu par an correspond à la différence entre les « clients perdus » et les « clients récupérés ». Il s'élève à 42 % en moyenne en Espagne entre 2012 et 2016.

Exemple de calcul du chiffre d'affaires prévisionnel de la première année d'exercice dans la zone « Bourges – Saint Doulchard » :

- Volatilité de la clientèle par an : **42 %**
- Nombre de chiens identifiés dans la zone définie : **20 979 chiens**
- Nombre de chats identifiés dans la zone définie : **12 770 chats**
- Nombre de chiens qui changent de vétérinaire par an dans la zone définie :
 - o $20\,979 \times 42\% =$ **8 811 chiens**
- Nombre de chats qui changent de vétérinaire par an dans la zone définie :
 - o $12\,770 \times 42\% =$ **5 363 chats**
- Pourcentage d'évolution annuelle du nombre de chiens identifiés entre 2018 et 2021 dans le Cher : **-0,33 %**
- Pourcentage d'évolution annuelle du nombre de chats identifiés entre 2018 et 2021 années dans le Cher : **6 %**

- Évolution du nombre de chiens identifiés par an dans la zone définie :
 - o $20\,979 \times (-0,3\%) = - 62$ chiens
- Évolution du nombre de chats identifiés par an dans la zone définie :
 - o $12\,770 \times 6\% = + 766$ chats
- Nombre de cliniques vétérinaires concurrentes dans la zone définie :
 - o **7 autres cliniques vétérinaires**
- Nouveaux chiens par clinique vétérinaire par an :
 - o $(8\,811 - 62) / (7+1) = 1\,093$ chiens
- Nouveaux chats par clinique vétérinaire par an :
 - o $(5\,363 + 766) / (7+1) = 766$ chats
- Frais vétérinaires par chien et par an : **211 € TTC**
- Frais vétérinaires par chat et par an : **166 € TTC**
- Chiffre d'affaires théorique un an après création :
 - o $1\,093 \times 211\,€ + 766 \times 166\,€ = 357\,779\,€$ TTC

Dans le calcul du chiffre d'affaires théorique réalisé lors de la première année, la perte de clients par volatilité n'a pas été prise en compte. On estime que cette perte de clients n'est visible qu'à partir de la deuxième année et correspond aux clients qui ne reviendront pas l'année suivante.

En supposant une répartition homogène des propriétaires d'animaux de compagnie qui changent de vétérinaire entre les différentes cliniques de la zone étudiée, un chiffre d'affaires théorique de 357 779 € TTC pourrait être généré un an après le lancement de l'activité.

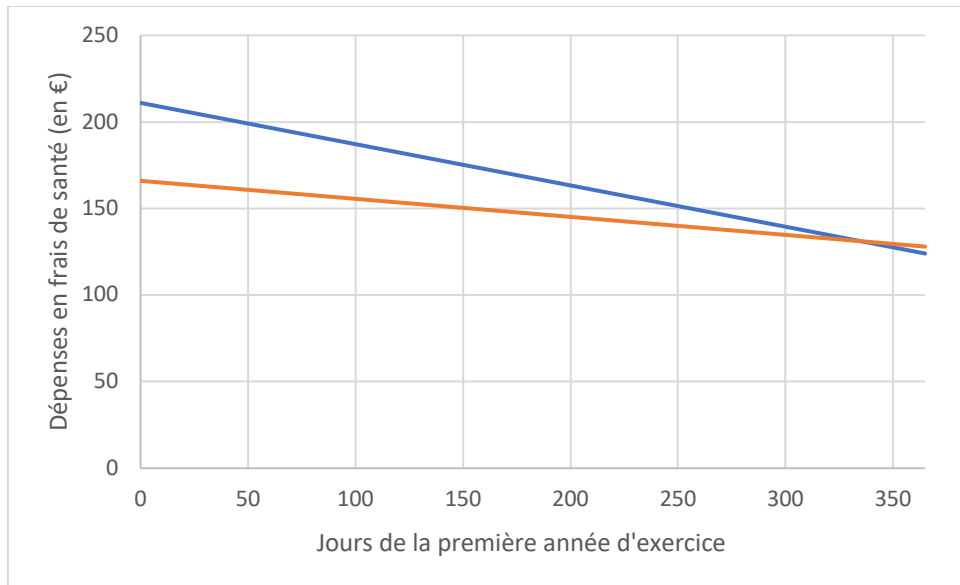
Ce chiffre d'affaires correspond à une estimation haute. Il a été calculé en considérant que tous les nouveaux clients ont été acquis le premier jour d'activité de la clinique vétérinaire et qu'ils dépensent la totalité du budget lié à la santé de leur animal dans cette clinique. Cependant, en réalité, l'augmentation du nombre de clients est progressive et les dépenses effectuées à la clinique vétérinaire au cours de la première année d'exercice dépendent de la date à laquelle ils deviennent clients.

Afin d'estimer les dépenses effectuées par chaque propriétaire en fonction de la date de leur première visite, nous devons considérer un gain linéaire de nouveaux clients tout au long de l'année et prendre en compte le nombre de visites annuelles.

- Nombre de nouveaux chiens suivis par jour
 - $1\ 093 / 365 = \mathbf{3\ nouveaux\ chiens\ par\ jour}$
- Nombre de nouveaux chats suivis par jour
 - $766 / 365 = \mathbf{2,1\ nouveaux\ chats\ par\ jour}$
- Nombre de visites annuelles par chien d'après une étude Ipsos (16) : **1,7**
- Nombre de visites annuelles par chat d'après une étude Ipsos (16) : **1,3**
- Dépenses moyennes par visite par chien :
 - $211\ € / 1,7 = \mathbf{124\ €}$
- Dépenses moyennes par visite par chat :
 - $166\ € / 1,3 = \mathbf{128\ €}$

On considère qu'un client acquis le premier jour d'activité de la clinique vétérinaire dépense la totalité du budget annuel dédiée à la santé de son animal à la clinique au cours de la première année (211 € pour un chien et 166 € pour un chat), et qu'un propriétaire d'animaux qui vient le dernier jour de la première année d'exercice de la clinique vétérinaire dépense un montant minimal, correspondant au coût moyen d'une seule consultation (124 € pour un chien et 128 € pour un chat). Les dépenses réalisées par les nouveaux propriétaires au cours de la première année d'exercice sont ajustées linéairement en fonction de la date de leur première visite.

Tableau XI : Évolution des dépenses de santé réalisées lors de la 1ère année d'exercice en fonction du jour de leur première visite.



Ainsi, nous pouvons calculer le chiffre d'affaires généré par espèce au cours de la première année d'exercice à partir des formules suivantes.

Chiens :

$$\sum_{j=0}^{365} \left(\frac{1093}{365} \right) \times \left(211 - \left(\frac{211 - \left(\frac{211}{1,7} \right)}{365} \right) x \right)$$

$$\sum_{j=0}^{365} 3 \times \left(211 - \left(\frac{211 - 124}{365} \right) x \right)$$

Nombre de nouveaux chiens suivis par jour

Dépenses en frais de santé

Jour de la première visite

Chats :

$$\sum_{j=0}^{365} \left(\frac{766}{365}\right) \times \left(166 - \left(\frac{166 - \left(\frac{166}{1,3}\right)}{365}\right) x\right)$$

$$\sum_{j=0}^{365} 2,1 \times \left(166 - \left(\frac{166 - 128}{365}\right) x\right)$$

*Nombre de
nouveaux chats
suivis par jour*

*Dépenses en frais
de santé*

*Jour de la première
visite*

En additionnant ces deux sommes, un chiffre d'affaires de 295 455 € TTC pourrait être généré un an après le lancement d'activité. Ce chiffre d'affaires correspond à une estimation, il ne tient pas compte de l'effet nouveauté qui peut avoir lieu lors de la création d'une entreprise et des différences d'attractivité entre les établissements vétérinaires.

Une fois le chiffre d'affaires TTC calculé, il convient de déterminer le chiffre d'affaires Hors Taxes (HT) après avoir soustrait la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) encaissée (20 %). Pour évaluer la solidité financière du projet, il faut estimer la trésorerie disponible après avoir soustrait du chiffre d'affaires HT : les achats de marchandises, les charges d'exploitation (loyer, électricité, eau, abonnements...), les salaires du personnel engagé et les cotisations sociales (URSSAF : Union de Recouvrement des cotisations de Sécurité Sociale et d'Allocations Familiales, et CARPV : Caisse Autonome de Retraite et de Prévoyance des Vétérinaires). La trésorerie disponible doit être suffisante pour rembourser les crédits de la clinique vétérinaire (mobilier, matériels...) et permettre au vétérinaire de se verser un salaire pour subvenir à ses besoins. Si ces conditions sont réunies, l'obtention d'un prêt bancaire devrait être permise.

II. L'entreprise vétérinaire

1. Le statut juridique

a. Les premières formes de sociétés

Historiquement, la Société De Fait (SDF) est la première société utilisée par les vétérinaires. La SDF est une association informelle qui n'a pas de statut juridique réglementé. Elle présente l'avantage d'être facile à créer et de permettre aux vétérinaires d'unir leurs compétences mais présente des risques en termes de responsabilité et de gestion des conflits car il n'y a pas de cadre légal clairement défini.

La Société Civile de Moyen (SCM) a été créée en 1966 offrant aux vétérinaires la possibilité de collaborer au sein d'une même entité. Dans cette société, chaque vétérinaire encaisse ses propres honoraires et paye une part à la SCM qui paye les charges, les salaires des employés (secrétaires, comptable...) et met à disposition les locaux et le matériel. Contrairement à la société de fait, la SCM a une existence juridique distincte et offre une meilleure protection légale et une répartition plus claire des responsabilités.

Ces deux formes de sociétés ne sont aujourd'hui pratiquement plus utilisées.

b. Les statuts juridiques les plus utilisés aujourd'hui

Lors de la création d'une activité vétérinaire, deux alternatives sont possibles : exercer seul ou s'associer au sein d'une société avec d'autres praticiens. Ce choix se fait en fonction des opportunités, du projet professionnel et de l'orientation future de la clinique vétérinaire. Il conditionne par la suite les statuts juridiques.

Lorsque le vétérinaire souhaite exercer seul, deux choix sont envisageables : exercer son activité en son nom propre et créer une Entreprise Individuelle (EI), ou exercer son activité sous la forme d'une Société d'Exercice Libéral (SEL) dans laquelle il est le seul associé. Dans ce dernier cas, deux formes de société existent : l'Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée d'exercice libéral (EURL d'exercice libéral) et la Société d'Exercice Libéral par Actions Simplifiée Unipersonnelle (SELASU).

Lorsque le vétérinaire souhaite s'associer avec d'autres vétérinaires pour créer une entreprise, le choix de société doit être fait entre la Société Civile Professionnelle (SCP) et la Société d'Exercice Libérale (SEL) qui peut prendre plusieurs formes : SELARL, (Société d'Exercice Libéral A Responsabilité Limitée), SELAS (Société d'Exercice Libéral par Actions Simplifiée), SELAFA (Société d'Exercice Libéral A Forme Anonyme) et SELCA (Société d'Exercice Libéral en Commandite par Actions).

Chaque forme d'exercice présente des particularités juridiques, sociales et fiscales. (17)

(1) Responsabilité des dettes

Les associés d'EI, de SCP et de SELCA ont une responsabilité sur les dettes dite « indéfinie et solidaire » ou encore « illimitée ». La responsabilité indéfinie signifie que les associés sont responsables des dettes de leur société sur l'ensemble de leurs biens personnels. La responsabilité solidaire signifie qu'il existe une solidarité entre tous les associés et qu'un tiers peut poursuivre un seul associé pour la totalité d'une dette. (18)

Les associés d'EURL d'exercice libéral, de SELARL, de SELAS(U) et de SELAFA ont une responsabilité sur les dettes limitée au montant de leur apport personnel dans la société. Cette responsabilité est dite « limitée »

(2) Régime fiscal de la société

Les sociétés SELARL, SELAS, SELAFA, SELCA et EURL d'exercice libéral (ayant cette option) sont soumises à l'impôt sur les sociétés (IS).

Le taux d'imposition dépend du chiffre d'affaires de l'entreprise. Depuis le 1^{er} janvier 2022, le taux de l'impôt sur les sociétés est de 25 %. Toutefois ce taux est réduit à 15 % jusqu'à 42 500 € de bénéfice (plafond en vigueur depuis le 31 décembre 2022) pour les entreprises dont le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas 10 millions d'euros. (19)

Tableau XII : L'impôt sur les sociétés en 2022

Bénéfice	Chiffre d'affaires inférieur ou égal à 10 millions d'euros	Chiffre d'affaires supérieur à 10 millions d'euros
Entre 0 € et 42 500 €	15 %	25 %
> 42 500 €	25 %	25 %

(3) Régime fiscal de l'associé

Les vétérinaires libéraux exerçant leur activité sous la forme d'une entreprise individuelle, d'une EURL d'exercice libéral (ayant choisi l'imposition à l'IR (Impôt sur le Revenu)) ou sous la forme d'une SCP sont imposés dans la catégorie des Bénéfices Non Commerciaux (BNC). Les BNC correspondent aux bénéfices (recettes – dépenses) obtenus par une activité professionnelle non commerciale. Ils sont imposables à l'impôt sur le revenu. (20)

Les vétérinaires exerçant sous la forme de SELARL, SELAS, SELASU, SELAFA, SELCA ont leurs salaires perçus imposés comme Traitements et Salaires (TS). Les traitements et salaires correspondent aux salaires et indemnités perçus dans le cadre d'une activité professionnelle. Ils ne sont imposés que sur 90 % de la somme déclarée aux impôts. Il existe un abattement de 10 % pour couvrir les frais professionnels. Cet abattement n'est pas obligatoire, le contribuable peut y renoncer et déduire ses propres frais professionnels. (21)

Les BNC et TS sont tous deux imposés à l'impôt sur le revenu. L'impôt sur le revenu est un barème progressif. Il comprend plusieurs tranches d'imposition. Chaque tranche de revenu est imposée à son taux d'imposition.

En outre, pour appliquer ce barème, il faut tenir compte du quotient familial qui correspond au nombre de parts fiscales du foyer (nombre de personnes dans le foyer fiscal). Il convient de diviser la totalité des revenus du foyer par le quotient familial avant d'appliquer le barème progressif de l'impôt sur le revenu. (22)

Tableau XIII : Barème progressif de l'impôt sur le revenu applicable aux revenus de l'année 2022.

Tranches de revenus	Taux d'imposition de la tranche de revenu
Jusqu'à 10 777 €	0 %
De 10 778 € à 27 478 €	11 %
De 27 479 € à 78 570 €	30 %
De 78 571 € à 168 994 €	41 %
Plus de 168 994 €	45 %

Enfin, les associés de SELARL, SELAS, SELASU, SELAFA, SELCA et d'EURL d'exercice libéral (ayant choisi l'imposition à l'IS) peuvent se verser des dividendes. Le dividende est une part du bénéfice généré par la société qui est distribué à ses actionnaires une ou plusieurs fois par an. Les dividendes qui n'excèdent pas 10 % du capital social sont exonérés de cotisations sociales. Dès lors que les dividendes dépassent ce seuil, les cotisations sociales sur les dividendes doivent être payées.

Les dividendes sont imposés à titre personnel au Prélèvement Forfaitaire Unique (PFU) également appelé « Flat Tax ». En 2023, le PFU s'élève à 30 % (12,8 % au titre de l'impôt sur le revenu et 17,2 % au titre des prélèvements sociaux).

L'associé peut également opter pour le barème progressif de l'impôt sur le revenu. Dans ce cas, un abattement de 40 % doit être appliqué et la CSG (Contribution Sociale Généralisée) doit être déduite à hauteur de 6,8 %. Les dividendes sont ensuite imposés au barème progressif de l'impôt sur le revenu. (23)

À partir de la déclaration des revenus de 2024, l'administration fiscale estime que la rémunération des libéraux exerçant dans une Société d'Exercice Libéral ne sera plus imposée dans la catégorie des TS mais dans la catégorie des BNC. Ainsi, les SEL perdent l'avantage fiscal permis par l'abattement de 10 % des salaires pour couvrir les frais professionnels. Cependant, une exception est permise lorsqu'il existe un lien de subordination entre l'associé et la SEL au titre de l'exercice de sa profession caractérisant une activité salariée. (24)

(4) Régime social de l'associé

Les associés de SELAS, SELASU, SELAFA et les gérants minoritaires de SELARL sont considérés comme « assimilés salariés ». Ils bénéficient donc de la protection du régime général de la sécurité sociale.

Au contraire, les associés de EI, EURL d'exercice libéral, SCP, SELARL (gérant majoritaire) et SELCA sont considérés comme des Travailleurs Non-Salariés (TNS), ils relèvent de la sécurité sociale des indépendants.

Les tableaux suivants résument les particularités juridiques, sociales et fiscales de chaque type de société. (17)

Tableau XIV : Formes de sociétés unipersonnelles d'exercice libéral

Statut juridique	Entreprise Individuelle	EURL d'exercice libéral	SELASU
Nombre minimum d'associés	1	1	1
Capital minimum	Dépourvue de capital	Pas de minimum	Pas de minimum
Responsabilité sur les dettes	Indéfinie et Solidaire	Limitée aux apports dans le capital social	Limitée aux apports dans le capital social
Régime fiscal de la société	IR (BNC)	IR (BNC) *	IS
Régime fiscal de l'associé			IR (TS)
Régime social de l'associé	TNS	TNS	Assimilé salarié
Dividendes	Non	Non*	Oui

* Imposition à l'IS en option

Tableau XV : Formes de sociétés pluripersonnelles d'exercice libéral (Partie 1)

Statut juridique	SCP	SELARL	SELAS
Nombre minimum d'associés	Au moins 2	Au moins 2	Au moins 2
Capital minimum	Pas de minimum	Pas de minimum	Pas de minimum
Responsabilité sur les dettes	Indéfinie et Solidaire	Limitée aux apports dans le capital social	Limitée aux apports dans le capital social
Régime fiscal de la société	IR (BNC)	IS	IS
Régime fiscal de l'associé		IR (TS)	IR (TS)
Régime social de l'associé	TNS	Gérant minoritaire : assimilé salarié	Assimilé salarié
		Gérant majoritaire : TNS	
Dividendes	Non	Oui	Oui

Tableau XVI : Formes de sociétés pluripersonnelles d'exercice libéral (Partie 2)

Statut juridique	SELAFA	SELCA
Nombre minimum d'associés	Au moins 3	Au moins 4
Capital minimum	37 000 € (dont la moitié à la création)	37 000 € (dont la moitié à la création)
Responsabilité sur les dettes	Limitée aux apports dans le capital social	Indéfinie et Solidaire
Régime fiscal de la société	IS	IS
Régime fiscal de l'associé	IR (TS)	IR (TS)
Régime social de l'associé	Assimilé salarié	TNS
Dividendes	Oui	Oui

2. Local professionnel

Lors de la création d'activité, le choix du local professionnel doit faire l'objet d'une analyse approfondie. Outre les caractéristiques spécifiques du local telles que son emplacement, sa superficie et les possibilités de stationnement, il est nécessaire de déterminer le mode d'acquisition ou de location.

La location d'un local pour exercer une activité vétérinaire (profession libérale) doit faire l'objet d'un bail professionnel. La durée du bail professionnel est de six ans minimum et il est renouvelé automatiquement pour la même durée. (25)

Dans le cas de l'acquisition des locaux, trois options sont possibles :

- Acquisition des locaux dans son patrimoine personnel : cette option nécessite l'obtention d'un prêt bancaire à titre personnel et la location de son propre bien à son entreprise. Cette option est peu souvent mise en place car elle nécessite des investissements personnels conséquents.
- Acquisition des locaux dans son patrimoine professionnel : une autre option est d'acquérir les locaux dans le cadre de sa société d'exercice. Le prêt est alors consenti à titre professionnel. Le principal inconvénient réside dans le fait que lors d'une cession d'activité, le nouvel associé doit racheter à la fois la société d'exercice et les locaux. Les prix de vente sont ainsi plus élevés et rendent l'installation d'un nouvel associé plus difficile.
- Création d'une Société Civile Immobilière (SCI) : elle a pour avantage de séparer les « murs » de l'activité professionnelle. La société d'exercice verse un loyer à la SCI pour exploiter les locaux. De plus, lors de la cession d'activité, le nouvel associé peut choisir de racheter uniquement les parts de la société d'exercice sans racheter les parts de la SCI. Ainsi le prix de vente est réduit et l'installation y est facilitée. Cette option est la plus choisie aujourd'hui. La SCI peut être « transparente fiscalement », c'est-à-dire qu'elle est assujettie à l'impôt sur le revenu ou « opaque fiscalement » et imposée au titre de l'impôt sur les sociétés. Quand la SCI « opaque fiscalement » verse des dividendes à ses actionnaires, ceux-ci seront imposés au Prélèvement Forfaitaire Unique (30 %). (26)

3. Démarches administratives

A partir du 1^{er} janvier 2023, l'ensemble des démarches nécessaires à la création d'entreprise sont centralisées au niveau du Guichet Unique. Celui-ci remplace le CFE (Centre de Formalité des Entreprises) et est accessible via un portail en ligne (<https://formalites.entreprises.gouv.fr>).

Le Guichet Unique a été mis en place à la suite de l'adoption de la loi PACTE (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises). Il permet la simplification des formalités de création d'entreprise. Un unique formulaire est à remplir en ligne sur un portail web sécurisé. Il facilite les démarches administratives et centralise toutes les formalités administratives des entreprises. En période de transition depuis deux ans, l'utilisation du guichet unique est désormais obligatoire pour tous les entrepreneurs.

Avant la loi PACTE, l'entrepreneur devait choisir le formulaire CERFA (Centre d'Enregistrement et de Révision des Formulaires Administratifs) adapté à son activité parmi 56 formulaires et déposer un dossier papier. (27)

Le guichet unique transmet ensuite le dossier aux autorités compétentes : (28)

- **Le greffe du tribunal de commerce.** Les vétérinaires, qu'ils exercent au sein d'une entreprise individuelle ou d'une société d'exercice libéral, doivent être inscrits sur le registre des commerces et sociétés (extrait Kbis).
- **L'INSEE** : Institut Nationale de la Statistique et des Études Économiques. Elle attribue un numéro unique à chaque personne morale ou physique (numéro SIREN : Système d'Identification du Répertoire des ENTreprises) et à chaque établissement (numéro SIRET : Système d'Identification du Répertoire des ÉTablissements). Le numéro SIREN correspond à un numéro unique d'identification d'une entreprise et est constitué de neuf chiffres. Le numéro SIRET permet d'identifier chaque établissement d'une entreprise et comporte 14 chiffres dont les neuf premiers correspondent au numéro SIREN. (29) L'INSEE délivre également le code APE (Activité Principale Exercée).

Le code APE correspond aux « Activités vétérinaires » dans le cas de la création d'une structure de soins vétérinaires. (Code APE vétérinaire : 7500Z)

- **La DGI** : Direction Générale des Impôts. Elle permet de définir le régime d'imposition, les modalités de règlement de la TVA et délivre un numéro de TVA. (FR + clé à deux chiffres + numéro SIREN)

- **L'URSSAF** : Union de Recouvrement des cotisations de Sécurité Sociale et d'Allocations Familiales. L'URSSAF est chargée de collecter les cotisations des allocations familiales, de la Cotisation Sociale Généralisée (CSG), de la Contribution au Remboursement de la Dette Sociale (CRDS).

- **L'assurance maladie des indépendants** : Sécurité social des indépendants

- **La CARPV** : Caisse Autonome de Retraite et de Prévoyance Vétérinaire. La CARPV est chargée de collecter les cotisations du Régime de Base des Libéraux, du Régime Complémentaire et du Régime Invalidité Décès des vétérinaires libéraux. Le régime de prévoyance est à choisir au moment de l'adhésion. La CARPV possède également une action sociale avec le Fond d'Action Sociale qui permet « *l'attribution d'aides financières et/ou techniques qui peuvent concerner la couverture sociale, le logement, la santé, l'aide à la vie quotidienne, l'aide pour charges de famille ou des secours divers* ». (30)

D'autres déclarations et inscriptions sont obligatoires pour exercer en tant que vétérinaire libéral.

- **Le CROV** : Conseil Régional de l'Ordre des Vétérinaires. Pour exercer, un vétérinaire doit obligatoirement s'inscrire au CROV de son domicile professionnel. Une fois la demande effectuée, l'Ordre des vétérinaires dispose de deux mois pour valider la demande. Il est donc important d'effectuer la demande bien en amont de la date d'installation prévue.

- **La DDETSPP** : Direction Départementale de l'Emploi, du Travail, des Solidarités et de la Protection des Populations. Elle délivre l'habilitation sanitaire après inscription à l'Ordre des vétérinaires et après avoir suivi une formation réglementaire qui doit être renouvelée tous les cinq ans. L'habilitation sanitaire est nécessaire pour devenir vétérinaire sanitaire et ainsi pouvoir réaliser : les vaccins contre la rage, les certificats d'exportation et d'importation, la surveillance des chiens mordeurs, les actes de prophylaxie.

III. Les assurances

1. L'assurance responsabilité civile professionnelle

La Responsabilité Civile Professionnelle (RCP) a pour but de dédommager par une compensation financière un préjudice occasionné à un animal, un propriétaire ou un visiteur dans le cadre professionnel.

L'assurance responsabilité civile professionnelle est obligatoire pour tous les vétérinaires exerçant en libéral. L'assurance RCP couvre les dommages physiques, matériels ou immatériels (financiers) causés à autrui dans le cadre d'une activité professionnelle.

Le coût d'une assurance responsabilité civile professionnelle varie en fonction du chiffre d'affaires de la structure vétérinaire, des options choisies (protection juridique), du niveau de franchise et des plafonds d'indemnisation. Le décret n° 2011-2030 du 29 décembre 2011 fixe les plafonds de garantie minimaux à huit millions d'euros par sinistre et 15 millions d'euros par an. (31)

2. La protection juridique

La protection juridique permet d'être assisté en cas de litige devant la justice. Il s'agit d'une assistance juridique mais aussi financière, elle prend en charge les honoraires des auxiliaires de justice. La protection juridique peut être incluse dans le contrat d'assurance de responsabilité civile professionnelle.

3. L'assurance du local professionnel

L'assurance du local professionnel est indispensable pour assurer les locaux, le matériel médical vétérinaire et l'informatique. Il est essentiel de souscrire à une assurance pour les risques classiques (incendie, dommages électriques, dégâts des eaux, catastrophe naturelle...) mais également aux risques propres à l'exercice vétérinaire (bris de matériel avec option valeur à neuf).

4. La responsabilité civile d'exploitation

Contrairement à la responsabilité civile professionnelle qui couvre les dommages causés à un tiers dans la réalisation d'une prestation (erreur médicale), la responsabilité civile d'exploitation assure les dommages causés à un tiers au cours de la vie quotidienne de l'entreprise (blessure d'un client, endommagement d'un véhicule d'un salarié sur le parking, dégradation d'un objet mis à disposition par le client).

La responsabilité civile d'exploitation n'est pas obligatoire mais fortement recommandée pour les entreprises recevant du public comme les cliniques vétérinaires. Elle s'applique au sein de la structure vétérinaire mais aussi lors de déplacements à domicile. (32)

5. L'assurance perte d'exploitation

L'assurance perte d'exploitation permet d'être indemnisé en cas de sinistre (incendie, dégâts des eaux, vol) conduisant à une diminution du chiffre d'affaires par une réduction ou à un arrêt de l'activité professionnelle.

En cas de sinistre conduisant à un arrêt de l'activité professionnelle, les charges fixes ne diminueraient pas et conduiraient à une perte de marge brute qui pourrait mettre en péril l'entreprise. L'assurance perte d'exploitation donne droit au versement d'une indemnité compensatoire à la perte de marge brute et ainsi protège financièrement l'entreprise lors d'un évènement dommageable. (33)

6. La complémentaire frais médicaux.

Les vétérinaires exerçant en tant que Travailleurs Non-Salariés (TNS) sont affiliés à la sécurité sociale des indépendants. A ce titre, ils bénéficient de la prise en charge des frais de santé conformément aux dispositifs de la Sécurité Sociale. Cependant, l'assurance maladie de base n'est pas toujours suffisante pour prendre en charge la totalité des frais de santé. La mutuelle complémentaire santé complète la couverture de base de l'assurance maladie. Le contrat de mutuelle est éligible dans le cadre de la loi Madelin.

Les mutuelles Madelin présentent plusieurs avantages. Elles permettent d'assurer l'ensemble de la famille (conjoint et enfants), le montant de la cotisation ne dépend pas du nombre de personnes assurées. (34)

Les mutuelles Madelin proposent des garanties personnalisables à moduler en fonction des besoins de santé de chacun. Ainsi, il est possible de choisir les niveaux de remboursement des hospitalisations, de consultations de médecins généralistes ou spécialistes, de soins optiques, dentaires ou auditifs.

Elles présentent également un avantage fiscal. La loi Madelin du 11 Février 1994 (35) permet aux travailleurs non-salariés de déduire les cotisations de la prévoyance et la mutuelle complémentaire facultative, du revenu imposable dans la limite d'un plafond fiscal. En revanche, elles sont soumises à la CSG et CRDS. (36)

Ce plafond correspond à 3,75 % du bénéfice imposable + 7 % du Plafond Annuel de la Sécurité Social (PASS) dans la limite de 3 % de 8 PASS. Le plafond Annuel de la Sécurité Social change chaque année. Il est de 43 992 € pour l'année 2023. (37)

Exemple :

Pour un revenu imposable de 100 000 €, le montant maximal déductible du revenu imposable pour la prévoyance et la mutuelle complémentaire s'élève à : $3,75 \% \times 100\,000 \text{ €} + 7 \% \times 43\,992 \text{ €} = 6\,829 \text{ €}$

La limite maximale du plafond déductible s'élève pour l'année 2023 à : $3 \% \times 8 \times 43\,992 \text{ €} = 10\,558 \text{ €}$

Les vétérinaires exerçant en tant que Travailleurs Salariés sont affiliés à la sécurité sociale. Ils bénéficient à ce titre de la mutuelle santé collective proposée au sein de leur entreprise. (38)

7. L'incapacité temporaire de travail

Avant le 1^{er} juillet 2021, aucune indemnité journalière n'était versée en cas d'arrêt temporaire de travail. Depuis le 1^{er} juillet 2021, la Caisse Primaire d'Assurance Maladie (CPAM) verse des indemnités journalières correspondant à 1/730^{ème} du revenu annuel moyen des trois dernières années avant l'arrêt. Le montant maximal de l'indemnité journalière est fixé à 169 €. Ces indemnités sont versées à partir du 4^{ème} jour d'arrêt et pendant 87 jours, correspondant au 90^{ème} jour après arrêt. A compter du 91^{ème} jour d'incapacité, les indemnités journalières sont arrêtées. (39)

Pour améliorer la couverture en cas d'arrêt de travail, il est nécessaire de souscrire à une assurance prévoyance complémentaire. Cette assurance permet d'être indemnisé au-delà de 90 jours d'arrêt et d'augmenter l'indemnisation journalière versée par la CPAM pendant les 90 premiers jours d'arrêt, correspondant à 50 % du revenu habituel (1/730).

8. L'invalidité.

L'obtention d'une rente d'invalidité par la CARPV n'est possible qu'à partir d'un taux d'invalidité supérieur ou égale à 66 % et après 12 mois d'affiliation au régime. Pour toute invalidité inférieure à ce seuil aucune rente n'est versée. Il convient de combler cette carence en souscrivant à une assurance prévoyance individuelle qui propose une rente à partir d'un taux d'invalidité plus faible.

Les rentes d'invalidité versées par la CARPV dépendent du niveau de cotisations et sont définies dans le tableau suivant. (40)

Tableau XVII : Cotisations et rentes d'invalidité annuelles versées par la CARPV en 2023

Niveau des cotisations	Cotisations (Tarif normal)	Cotisations (Tarif < 35 ans)	Rente d'invalidité à 66 %	Rente d'invalidité à 100 %
			Montants en euros	Montants en euros
Minimum	390 €	390 €	7 040 €	11 000 €
Medium	780 €	647,40 €	14 080 €	22 000 €
Maximum	1 170 €	780 €	21 120 €	33 000 €

Pour une invalidité de 100 % les rentes annuelles versées par la CARPV vont de 11 000 € pour le niveau de cotisations le plus faible à 33 000 € pour le niveau de cotisations le plus élevé.

La souscription à une assurance prévoyance individuelle permet d'obtenir une rente pour un pourcentage d'invalidité plus faible. Elle complète également la rente d'invalidité versée par la CARPV à partir de 66 % d'invalidité.

IV. La comptabilité

La comptabilité d'une structure vétérinaire a plusieurs objectifs. Elle permet d'abord d'évaluer la santé financière de l'entreprise, de comparer ses performances par rapport aux années précédentes et ainsi d'anticiper de possibles difficultés financières à venir. La comptabilité mesure également la création de valeur dans le but de déterminer les charges et impôts à payer.

La comptabilité d'une entreprise peut être déléguée à un cabinet d'experts-comptables. Ils apporteront leurs expertises pour une gestion efficace de l'entreprise et pour l'accomplissement des obligations comptables.

D'un point de vue comptable, plusieurs obligations sont à réaliser au quotidien :

- Calculer et enregistrer les dépenses et recettes de la journée.
- Archiver l'ensemble des factures, tickets de caisse et justificatifs de dépenses et de recettes.
- Enregistrer toutes les factures clients et fournisseurs.
- Conserver un double des bulletins de salaires du personnel.
- Tenir un livre de caisse qui enregistre l'ensemble des entrées / sorties en espèces d'une caisse.

1. La déclaration de TVA

La TVA est un impôt sur la consommation. Cet impôt s'ajoute au prix des ventes et prestations de service proposées par une entreprise. Le taux de TVA en vigueur en 2023 pour les honoraires, les médicaments vétérinaires et l'alimentation pour animaux de compagnie est de 20 %. La TVA est collectée par l'entreprise et doit être reversée à l'état. La déclaration de TVA permet de récapituler l'ensemble des opérations imposables à la TVA pour déterminer la somme due. Celle-ci est calculée de la manière suivante.

$$\text{TVA à payer} = \text{TVA encaissée} - \text{TVA déductible}$$

La TVA encaissée correspond à la TVA perçue lors des ventes et des honoraires, la TVA déductible correspond à la TVA payée lors d'achats réalisés par l'entreprise (médicaments, fournitures et matériels...).

En fonction du chiffre d'affaires de l'entreprise, et du montant annuel de TVA, les modalités de déclaration seront différentes.

Si la clinique vétérinaire génère un chiffre d'affaires annuel compris entre 36 800 € et 254 000 € et qu'elle dispose d'un montant de TVA inférieur à 15 000 €, elle est affiliée au régime simplifié. La déclaration est alors simplifiée et ne s'effectue qu'une seule fois par an. (41)

Si la clinique vétérinaire génère un chiffre d'affaires supérieur à 254 000 € par an et qu'elle dispose d'un montant de TVA supérieur à 15 000 €, elle est affiliée au régime normal et déclare mensuellement la TVA du mois précédent. (41)

2. La déclaration fiscale

La déclaration fiscale est à réaliser chaque année pour déclarer ses différents revenus au service des impôts. En fonction du statut d'exercice du vétérinaire, le formulaire de déclaration sera différent.

Les vétérinaires libéraux exerçant en nom propre, sous la forme d'une entreprise individuelle ayant choisi l'imposition à l'IR ou sous la forme d'une SCP, sont imposés aux BNC. Le formulaire 2035 doit être renseigné sur le site internet des impôts.

Pour les vétérinaires exerçant sous une SEL, ils sont assujettis à l'impôt sur les sociétés et doivent remplir un formulaire 2065.

PARTIE 4 : INSTALLATION DE LA CLINIQUE VÉTÉRINAIRE

I. L'aménagement de la clinique vétérinaire

1. L'espace extérieur

a. La façade

La façade d'une clinique vétérinaire est souvent le premier point de contact entre les clients potentiels et l'établissement. Une façade propre, soignée et bien entretenue renforce la confiance des propriétaires d'animaux. Elle témoigne du professionnalisme de la clinique vétérinaire.

Le choix des couleurs pour la façade peut influencer l'ambiance générale de la clinique. Les teintes apaisantes et neutres, comme les tons de bleu et de vert, sont souvent privilégiées, car elles créent une atmosphère calme et sereine. Cependant, certaines cliniques vétérinaires choisissent des couleurs plus vives pour se démarquer et susciter l'attention.

Une façade bien visible est un atout majeur pour une clinique vétérinaire. Elle permet aux propriétaires d'animaux de compagnie de localiser facilement l'établissement, ce qui est particulièrement important en cas d'urgence. Une signalisation claire et un éclairage extérieur de l'établissement améliorent la visibilité pour les clients. (42)

Le code de déontologie vétérinaire encadre la signalisation des cliniques vétérinaires. Les établissements vétérinaires doivent être signalés au minimum par la présence d'une enseigne lumineuse blanche et bleue, non clignotante, en forme de croix. Un totem peut également être mis en place devant l'établissement après avoir obtenu l'autorisation de l'Ordre des vétérinaires.

Sur la façade, une plaque indiquant les noms et prénoms des vétérinaires, les jours et heures de consultation, les coordonnées téléphoniques et les modalités de prise en charge de la continuité de soins doit être présente. (43)

b. Le parking

Dans la mesure du possible, une structure vétérinaire doit proposer un espace de stationnement. Il s'avère être un atout indéniable, voire décisif pour certains clients (surtout dans les zones urbaines). Pour une clinique vétérinaire de taille moyenne, il est recommandé de prévoir au moins cinq places de stationnement dont une place pour les véhicules des personnes à mobilité réduite. Il est également pertinent de réserver une place de stationnement devant l'entrée des urgences pour faciliter le transport d'animaux lourds et incapables de se déplacer. (44)

Le parking est exposé à la vue de la clientèle ainsi qu'aux clients potentiels. Il est donc impératif qu'il renvoie une image positive de l'établissement. Ainsi, le parking doit rester déshebé et propre, des poubelles extérieures peuvent être mises à disposition des clients. Pour améliorer davantage cette image, il peut être envisagé d'ajouter des espaces verts (parterres de fleurs, arbustes, buissons). Les espaces verts doivent être entretenus régulièrement. Il est préférable d'opter pour des plantations qui demandent peu de tailles fréquentes pour faciliter l'entretien. Enfin, l'installation d'un éclairage dans le parking permet de rassurer et sécuriser la clientèle. (42)

2. La zone publique

La zone publique comprend les espaces accessibles à toutes les personnes entrant dans la clinique vétérinaire sans restriction. Elle englobe principalement les espaces extérieurs, les zones d'accueil et de vente, et la salle d'attente.

Une observation des structures récentes révèle que cette zone occupe de plus en plus d'espace. Elle revêt une importance cruciale car elle constitue la première impression perçue par le client lors de son entrée dans l'établissement.

Étant donné que les clients y passent beaucoup de temps, c'est l'endroit privilégié pour transmettre les messages souhaités, tels que la présentation de la clinique vétérinaire, de son personnel et des services proposés.

Il est conseillé d'opter pour un agencement où l'accueil, la zone d'attente et les espaces de vente sont regroupés dans une même pièce. Cette configuration favorise la création d'une proximité et d'une atmosphère chaleureuse au sein de la structure.

Pour faciliter l'orientation des clients, l'installation de panneaux de signalisation, peut se révéler utile pour identifier les zones d'attente et d'accueil et les autres salles de la clinique vétérinaire. (45) En ce qui concerne les espaces dédiés à la vente, il est préconisé de les distinguer au moyen d'une signalétique thématique, en utilisant des libellés tels que par exemple "espace nutrition" ou "espace hygiène".

Enfin, l'ajout d'affiches murales qui permettent de promouvoir l'un des services ou produits proposés par la clinique vétérinaire est conseillé, telles qu'une affiche encourageant une consultation nutritionnelle ou une affiche sur l'importance de la lutte contre les parasites externes.

a. La zone d'accueil

La zone d'accueil est matérialisée par un comptoir qui doit être visible dès l'entrée dans l'établissement. Il est donc essentiel de s'assurer que la porte d'entrée soit positionnée de manière à ne pas obstruer la vue de l'accueil.

Le comptoir représente l'interface entre la clientèle et l'équipe, où se déroulent généralement la transmission des conseils, la prescription des aliments et des produits en vente libre et la délivrance des médicaments.

Pour acquérir un comptoir d'accueil, il existe deux options : faire appel à des entreprises spécialisées en aménagement vétérinaire ou solliciter un artisan local pour concevoir un meuble sur mesure. Avant de procéder au choix du comptoir, il est fortement recommandé de dresser une liste exhaustive des équipements qu'il devra intégrer, tels qu'un ordinateur, une imprimante, un téléphone... Cette étape permettra de concevoir le comptoir de manière parfaitement adaptée aux besoins de la clinique vétérinaire.

Une autre option à envisager serait d'opter pour des bornes d'accueil de taille réduite, ce qui renforcerait la confidentialité. La disposition ouverte de ces bornes réduit aussi l'effet de séparation généralement lié aux comptoirs d'accueil traditionnels, favorisant ainsi une proximité renforcée avec la clientèle.

b. La zone d'attente

Pour garantir une expérience d'attente agréable, il est essentiel de prendre en considération plusieurs aspects :

- La séparation de la salle d'attente en deux espaces distincts pour les chiens et les chats dans une clinique vétérinaire offre une atmosphère plus calme. Elle contribue à réduire le stress que les animaux peuvent ressentir en présence d'autres espèces et favorise un environnement plus serein pour les propriétaires d'animaux. (46)
- Le confort des clients demeure une priorité essentielle, ce qui nécessite de mettre à disposition des sièges confortables et de créer une ambiance apaisante. Le choix d'un mobilier en bois aux lignes arrondies et le recours à des couleurs pastel peuvent y contribuer. (45)
- L'espace doit être suffisamment grand afin d'éviter une sensation d'encombrement désagréable pour les clients. Afin de déterminer le nombre de sièges nécessaires, il est essentiel d'évaluer le nombre maximum de personnes présentes lors des périodes de forte affluence.
- Les revêtements de sol et les murs méritent également une attention particulière. Le choix d'un sol de couleur chaleureuse et facile à entretenir doit être réalisé. Le lino se démarque en répondant à ces critères, offrant une large palette de couleurs tout en présentant une facilité d'entretien et des avantages appréciables en termes d'acoustique. Quant aux murs, ils sont souvent soumis à des dégradations dues aux animaux, il est donc conseillé de les protéger en utilisant du carrelage sur la partie inférieure ou un revêtement mural lessivable (peinture). (42)

- Enfin, la prévention des mauvaises odeurs par une ventilation efficace et un renouvellement de l'air fréquent est essentielle. Des diffuseurs d'odeurs peuvent être également installés pour véhiculer une fragrance dès l'entrée dans l'établissement, masquer les mauvaises odeurs et renforcer par ailleurs l'image de marque.

c. Les zones de vente

Les zones de vente doivent être facilement repérables et positionnées sur le chemin emprunté par les clients pour encourager les achats spontanés et atténuer l'aspect médical de la clinique vétérinaire. Il est avantageux que les clients passent à plusieurs reprises devant les zones de vente au cours de leur visite, car une plus grande exposition aux produits augmente les probabilités d'achat.

Cependant, il est crucial de veiller à ce que les zones de vente ne ressemblent pas à un supermarché. Il est essentiel que la clinique vétérinaire conserve son image de centre de santé où les clients recherchent des conseils pour leurs animaux.

Le merchandising, qui consiste à présenter les produits de manière attrayante aux clients, joue un rôle essentiel dans la stimulation des achats impulsifs. Les présentoirs doivent être soigneusement conçus pour mettre en valeur les produits en les disposant de manière ordonnée sur les étagères. Cette approche vise à valoriser les produits et accessoires disponibles à la vente. L'agencement des présentoirs doit être pensé en fonction des produits à promouvoir, afin d'encourager les achats impulsifs.

Les présentoirs sont divisés en quatre sections : le chapeau, la zone des yeux, la zone des mains et la zone basse, chacune de ces zones a un impact différent en fonction de sa hauteur. (42)

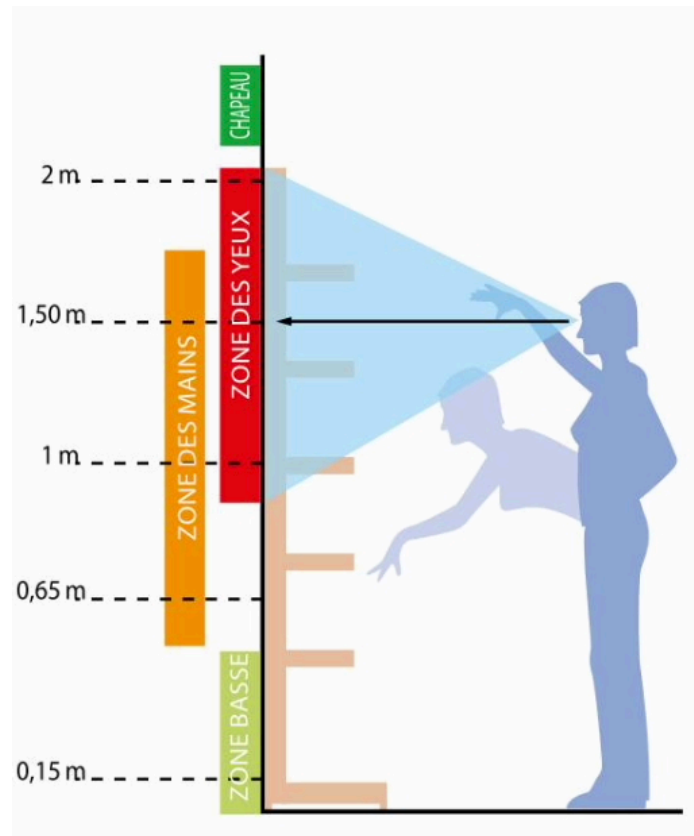


Figure 29 : Schéma des différentes zones d'un présentoir (42)

- Les emplacements en haut, au niveau du chapeau sont généralement utilisés pour augmenter le stock de produits en raison de leur faible impact sur les ventes. On y trouve également les produits dotés d'un emballage évocateur, notamment les produits très renommés, attirant l'attention de loin.
- La zone des yeux doit être privilégiée pour les articles qui se vendent le plus, et pour les nouveautés.
- Dans la zone des mains, la partie supérieure est réservée aux produits qui se vendent spontanément, par exemple certains antiparasitaires, les friandises, les jouets ou les articles faisant l'objet d'une campagne publicitaire. La partie inférieure est destinée aux produits indispensables ou difficiles à ranger.
- Au niveau du sol, l'impact est moindre et convient davantage à la vente de produits utilitaires. C'est également l'endroit approprié pour disposer les articles volumineux.

Il est essentiel d'exercer une sélection minutieuse des produits à promouvoir, afin d'éviter que les rayons ne ressemblent à une exposition de toutes les références disponibles. L'attribution d'espace doit être proportionnelle aux parts de marché. Une rotation régulière et adaptée à la saison est indispensable, elle a lieu généralement entre une et deux fois par mois en fonction des produits. Cette rotation permet de changer les produits mis en avant pour montrer aux clients réguliers que la clinique vétérinaire est dynamique et offre une gamme variée de produits. Cette rotation offre également une opportunité pour les produits promus de se développer.

3. La zone semi-publique

Ces espaces sont accessibles aux clients accompagnés par un membre de l'équipe vétérinaire. Ils comprennent les salles de consultation, les zones dédiées aux examens complémentaires et, dans certaines structures, un espace dédié à la visite des animaux hospitalisés.

Les limites de la zone semi-publique sont à définir lors de la conception de la clinique vétérinaire, une plus grande visibilité de l'espace et du matériel renforce l'image de technicité et de transparence de la structure, mais cela implique également de maintenir ces espaces constamment propres et ordonnés.

a. Les salles de consultation

L'aménagement de la salle de consultation doit être adapté au type de consultations qui s'y déroulent. Lorsque la structure dispose de plusieurs salles de consultation "généraliste", il est recommandé de les aménager de manière similaire pour faciliter l'échange de salles entre les vétérinaires. Les salles de consultation « généraliste » sont généralement équipées : (42)

- D'une table de consultation, pouvant être à hauteur fixe ou ajustable en hauteur en fonction du vétérinaire. Des tables avec une fonction de pesée intégrée sont également disponibles.
- De sièges, généralement un tabouret à roulettes réglable en hauteur pour le vétérinaire, ainsi que deux sièges minimums pour les clients.

- D'un bureau équipé d'un ordinateur relié au réseau informatique de la clinique et éventuellement d'une imprimante.
- De meubles pour ranger les produits et le matériel fréquemment utilisés pendant les consultations.
- D'un évier de préférence actionnable au pied ou équipé d'un détecteur de mouvement pour des raisons de praticité.
- D'un réfrigérateur de petite taille, principalement destiné à stocker les vaccins utilisés lors des consultations. Cependant, la gestion des stocks peut devenir complexe lorsque plusieurs salles de consultation sont équipées de réfrigérateurs individuels. Dans ce cas, il peut être plus pratique d'installer un réfrigérateur unique, facilement accessible depuis toutes les salles de consultation.
- D'une poubelle et d'un collecteur DASRI (Déchets d'Activités de Soins à Risques Infectieux) pour les déchets piquants et coupants.

b. La salle de radiologie

La salle de radiologie doit être conforme à des normes strictes en matière de radioprotection, présentes dans le Code du travail et le Code de la santé publique. La radioprotection englobe toutes les règles, procédures et méthodes de prévention et de surveillance qui ont pour objectif de prévenir ou de minimiser les effets néfastes des rayonnements ionisants sur les individus et leur environnement.

Les personnes qui accèdent à cette salle doivent être équipées de tabliers de protection, de gants, de lunettes anti-rayons X, et munies d'un dosimètre pour mesurer leur exposition aux radiations.

Il est obligatoire d'afficher les éléments réglementaires à l'intérieur et à l'entrée de la salle où est utilisé l'appareil, et d'apposer à l'extérieur de la salle le symbole correspondant (en forme de trèfle de couleur grise-bleue pour les activités liées aux animaux de compagnie).

c. La salle de visite pour les animaux hospitalisés

De plus en plus présent au sein des établissements vétérinaires, cet espace a pour vocation de faciliter la rencontre entre le propriétaire et son animal en convalescence. Il représente un endroit distinct au sein de la clinique vétérinaire, permettant au client de rester paisiblement aux côtés de son compagnon. La décoration doit y être chaleureuse pour permettre au propriétaire de passer un moment agréable avec son animal de compagnie hospitalisé. (45)

Cette salle peut également être utilisée pour fournir un espace d'intimité lors de moments difficiles, comme lors d'une euthanasie. Dans de tels moments, les propriétaires peuvent prendre le temps nécessaire avant de quitter l'établissement vétérinaire, bénéficiant ainsi d'une atmosphère plus intime et apaisante.

4. La zone privée

Cette zone comprend tous les lieux qui sont strictement réservés au personnel de la clinique vétérinaire et qui ne sont pas accessibles au public.

a. Le chenil, la chatterie et l'espace destiné aux animaux contagieux

L'hospitalisation des animaux malades doit dans la mesure du possible être séparée en trois espaces : le chenil, la chatterie et l'espace destiné aux animaux contagieux. Les chats ont tendance à être très stressés lors de leur séjour en clinique, il est préférable de leur attribuer un espace séparé, calme et distinct de celui réservé aux chiens. (47) Il est également conseillé de prévoir quelques cages individuelles à l'écart pour les animaux présentant des maladies potentiellement contagieuses, afin de les isoler des autres animaux hospitalisés.

Il est important de déterminer le nombre d'animaux de chaque espèce qui seront hospitalisés simultanément dans chacun de ces espaces afin de prévoir un nombre de cages adapté.

Plusieurs matériaux peuvent être utilisés dans la réalisation des cages, présentant chacun des caractéristiques différentes. (42)

- L'acier inoxydable est un alliage extrêmement résistant aux divers agents corrosifs, il assure ainsi une hygiène optimale. Toutefois, il convient de noter que l'utilisation de l'eau de Javel est déconseillée car elle altère l'acier inoxydable.
- Le plastique, sous forme de composite polyéthylène (plastique dur) ou de résine, a une durée de vie moins longue. Il a tendance à se détériorer plus rapidement, en particulier en présence de rayures qui peuvent devenir des zones propices à la prolifération de bactéries. Cependant, le plastique résiste bien aux désinfectants corrosifs comme l'eau de Javel.
- La maçonnerie offre la possibilité de créer un chenil sur mesure. Cependant, elle présente un inconvénient majeur. Les bactéries ont tendance à s'accumuler dans les joints du carrelage, et l'urine peut finir par s'y infiltrer, provoquant des odeurs désagréables.

Quel que soit le matériau choisi, l'utilisation de portes en acier inoxydable assure une bonne ventilation, une hygiène optimale et garantit la sécurité des animaux. Les portes en plexiglas peuvent être une alternative dans la chatterie car elles évitent aux chats de se blesser en se frottant aux barreaux. Elles sont plus esthétiques mais se détériorent plus rapidement, nécessitent un entretien contraignant et offrent parfois une aération insuffisante.

Les équipements qui doivent être disponibles idéalement dans le chenil et la chatterie pour en améliorer la praticité sont listés ci-dessous : (42)

- Un point d'eau (avec un tuyau d'arrosage pour faciliter le nettoyage).
- Un système d'évacuation des eaux usées, comprenant des bouches d'égout et éventuellement une rigole le long des cages.
- Une prise d'oxygène ou un concentrateur à oxygène.

- Du mobilier pour le rangement des laisses, des caisses de transport des animaux hospitalisés et éventuellement un stock de nourriture.
- Un système d'aération, indispensable pour éliminer les odeurs et les empêcher de se propager dans la structure. Cela nécessite l'installation de plusieurs bouches d'évacuation d'air à proximité immédiate des animaux. Ainsi, le chenil et la chatterie sont maintenus en légère dépression, et lorsqu'une porte est ouverte, l'air pénètre dans la pièce sans en sortir. Pour que le système soit efficace, il est essentiel d'installer une porte hermétique à l'entrée.
- Un chauffage pour maintenir une température idéale et permettre un réveil optimal des animaux en post-chirurgie. Il est recommandé d'éviter les systèmes à air pulsé, car ils pourraient provoquer une surpression dans la pièce.

Pour éviter les nuisances sonores désagréables pour le personnel et les clients, il est recommandé de placer cette pièce à l'arrière du bâtiment et de veiller à une bonne isolation phonique.

b. La salle de chirurgie

La salle de chirurgie doit être conçue pour permettre une stérilisation complète. Les sols et les murs de la salle doivent être parfaitement lavables, imperméables et résistants à la désinfection.

La salle de chirurgie est maintenue en surpression afin de garantir un environnement stérile et hygiénique pendant les chirurgies. La surpression signifie que la pression à l'intérieur de la salle est supérieure à celle de l'extérieur. Pour maintenir une surpression, la salle de chirurgie est équipée d'un système de ventilation qui aspire l'air, le filtre pour éliminer les particules et les agents pathogènes, puis le fait circuler dans la salle à une pression légèrement supérieure à celle de l'extérieur. Cela permet à l'air contaminé de sortir de la salle au lieu d'y entrer.

La salle de chirurgie comprend a minima un appareil d'anesthésie (concentrateur d'oxygène, appareil d'anesthésie volatile), une table de chirurgie avec un système de collecte des liquides, un éclairage de haute intensité (scialytique), un assistant muet et un tabouret de chirurgie.

c. La salle de préparation à la chirurgie

Idéalement, la salle de préparation à la chirurgie doit être située à proximité immédiate de la salle de chirurgie et du chenil. Il est essentiel de disposer dans cette salle de tout le matériel nécessaire à la préparation chirurgicale et à l'anesthésie.

De plus, il est recommandé d'équiper cette salle d'une table réglable en hauteur pour faciliter le déplacement des animaux prémédiqués et d'un lavabo actionné par le pied pour la préparation du chirurgien.

d. Le laboratoire

Le laboratoire peut être positionné dans un emplacement visible depuis la zone semi-publique de l'établissement. Cette disposition contribue à renforcer l'image de compétence et de technicité de la structure aux yeux de la clientèle.

Le laboratoire doit comporter une source d'eau et une paillasse de grande taille pour accueillir les différents appareils d'analyse. Le matériau utilisé doit résister aux produits chimiques utilisés dans les analyses et être facilement nettoyable. Il est donc judicieux d'opter pour un carrelage en faïence spécialement conçu pour les laboratoires ou un revêtement stratifié.

Sur la paillasse, il est possible d'installer des équipements tels qu'un microscope, une centrifugeuse, un nettoyeur à ultra-sons et des analyseurs de biochimie et d'hématologie. Il est recommandé de prévoir des étagères au-dessus de ces appareils pour le rangement du petit matériel, comme les pipettes et la verrerie.

(42)

e. La pharmacie

La pharmacie doit être suffisamment grande pour entreposer l'ensemble des médicaments. Il est recommandé de prévoir suffisamment d'espace pour faire face à une éventuelle augmentation de l'activité.

Il est recommandé d'installer la pharmacie à proximité de l'accueil et des salles de consultation afin de faciliter l'accès aux médicaments. Dans de nombreux cas, elle est positionnée juste derrière le comptoir d'accueil. Conformément à l'article R5146-44 du Code de la Santé Publique (48), la publicité en faveur des médicaments vétérinaires auprès du public est autorisée, sauf pour les médicaments qui nécessitent une ordonnance. Par conséquent, ceux-ci ne doivent pas être à la vue des clients.

f. Le sas de livraison

Le sas de livraison, se révèle être un outil efficace pour la gestion des marchandises au sein de la structure. Il offre la possibilité de recevoir des livraisons, même en dehors des heures d'ouverture de l'établissement. Étant hors de la vue des clients, les colis peuvent être rangés lorsque cela est le plus approprié pour l'activité de l'établissement.

De plus, ce lieu peut être utilisé pour le transit des marchandises et des produits sortants de la clinique vétérinaire, tels que les déchets et les cadavres d'animaux (dans ce cas, un congélateur doit être prévu à cet effet).

Idéalement, la porte du sas doit être placée à l'arrière de l'établissement, facilitant ainsi l'accès aux livreurs. Il peut être pratique d'autoriser l'accès aux livreurs par l'installation d'un digicode mais l'accès au sas ne doit pas permettre un accès à l'ensemble de la structure. (42)

g. Le bureau privé

Il est recommandé de prévoir un espace de bureau privé au sein de la clinique vétérinaire. Cet espace offre au vétérinaire un lieu dédié à la gestion de la clinique vétérinaire et aux tâches administratives. Il permet également de recevoir les représentants commerciaux. Étant donné qu'il n'est pas destiné à recevoir des clients, il est préférable de le positionner à l'arrière de la structure vétérinaire, éloigné de la zone accessible au public.

Ce bureau peut également être le lieu de stockage des archives et des documents administratifs essentiels, assurant ainsi la traçabilité des activités de la clinique. Parmi les documents à conserver, on peut citer :

- Les bons de livraison (à conserver pendant trois ans).
- Les registres relatifs aux préparations extemporanées.
- Les ordonnances (à conserver pendant cinq ans).
- Les registres de collecte et d'élimination des déchets. (42)

h. La salle de pause

Une salle de pause offre aux membres de l'équipe vétérinaire un endroit où ils peuvent se détendre, se reposer et se ressourcer pendant les pauses. Cela contribue à réduire le stress et à améliorer le bien-être général au travail, favorise les relations entre collègues et renforce l'esprit d'équipe.

Une salle de pause peut être équipée d'une kitchenette avec une machine à café, de canapés et fauteuils confortables pour permettre aux membres de l'équipe de se détendre, éventuellement d'équipements de divertissement (télévision).

Une salle de pause peut également servir de lieu pour des réunions informelles, et des discussions rapides, ce qui améliore la communication et la transmission d'informations au sein de la clinique. (42)

5. Équipements et matériels vétérinaires

Pour démarrer une activité vétérinaire, il est indispensable d'établir une liste détaillée du matériel nécessaire. Le tableau ci-dessous présente une liste exhaustive du matériel requis. Cette liste englobe le matériel ayant un coût individuel supérieur à 500 €. Pour chaque équipement, la quantité renseignée dans le tableau correspond à une estimation des besoins d'une clinique vétérinaire comptant un seul praticien. Une ou plusieurs options sont proposées pour chaque équipement en fonction des spécificités et des technologies souhaitées. Le "matériel minimal" correspond à des équipements d'entrée de gamme, tandis que le "matériel avancé" offre des fonctionnalités supplémentaires ou un confort accru lors de l'utilisation.

Les prix de chaque équipement ont été relevés sur le site internet de la centrale d'achats Alcyon en mars 2023. En fonction du matériel choisi, le budget alloué à l'achat de ces équipements est estimé entre 111 574 € et 164 421 € pour une clinique vétérinaire avec un seul praticien.

Tableau XVIII : Matériel vétérinaire (Partie 1)

Salle	Équipement	Option	Type	Nom	Prix	Matériel minimal	Matériel avancé
Examens complémentaires	Échographe	Option 1	Échographies abdominales et cardiaques	M9 Vet Abdominal/Cardiologie	40 555 €		1 40 555 €
		Option 2	Échographies abdominales et cardiaques	M6 Vet Abdominal/Cardiologie	21 734 €	1	21 734 €
	Radiologie	Option 1	Radiologie / Capteur plan	Radio Futura MAX DR SW	39 907 €		1 39 907 €
		Option 2	Radiologie numérique	Radio Futura MAX	19 520 €		
			Numériseur	Numériseur CR Flex	14 668 €		
			Total			34 188 €	1
Chirurgie	Anesthésie gazeuse	Option 1	Anesthésie gazeuse + Respirateur	Appareil d'anesthésie Veta 5 Mindray	7 039 €		
			Cuve isoflurane	Cuve isoflurane	1 884 €		
			Total			8 923 €	
		Option 2	Anesthésie gazeuse	Appareil d'anesthésie VME	2 476 €		
			Cuve isoflurane	Cuve isoflurane	1 021 €		
			Total			3 497 €	1
	Concentrateur d'oxygène	Option 1	Concentrateur	Concentrateur 10L/min	1 991 €		1 1 991 €
		Option 2	Concentrateur	Concentrateur 5L/min	903 €	1	903 €
	Monitoring	Option 1	Monitoring	Moniteur multiparamétrique iPM8	5 366 €		1 5 366 €
		Option 2	Monitoring	Moniteur uMEC12 VET canine	3 682 €	1	3 682 €
	Table de chirurgie	Option 1	Table de chirurgie électrique	Table de chirurgie électrique	3 680 €		1 3 680 €
		Option 2	Table de chirurgie hydraulique	Table de chirurgie hydraulique Shor-Line	1 928 €	1	1 928 €
	Lampe de chirurgie	Option 1	Double lampe	Lampe de chirurgie Hyled 580 Vet DUO	5 510 €		1 5 510 €
		Option 2	Simple lampe	Lampe de chirurgie Hyled 580 Vet Mindray	3 074 €	1	3 074 €
	Autoclave	Option 1	Autoclave 45 L	Autoclave Sea Touch - Classe B	5 749 €		1 5 749 €
		Option 2	Autoclave 22 L	Autoclave EUROKLAV 23VS+	4 520 €	1	4 520 €

Tableau XIX : Matériel vétérinaire (Partie 2)

Salle	Équipement	Option	Type	Nom	Prix	Matériel minimal	Matériel avancé
Consultation	Table de consultation	Option 1	Table de consultation électrique avec pesée	Table de consultation ELITE avec pesée	3 861 €		1 3 861 €
		Option 2	Table de consultation électrique sans pesée	Table de consultation électrique sans pesée	2 927 €	1	2 927 €
	Otoscope - Ophthalmoscope	Option 1	Otoscope, ophtalmoscope	Combiné Pro-Vet LED rechargeable	958 €	1	958 € 1 958 €
Dentisterie	Unité dentaire - Détartreur	Option 1	Polissage + Section de dents + Compresseur	Unité dentaire Start iM3	4 323 €		
			Détartreur	Détartreur Ultra LED iM3	1 491 €		
			Total		5 814 €		1 5 814 €
		Option 2	Polissage + Section de dents + Détartreur	Détartreur - Polisseur Cocoon Spray	2 372 €		
			Pompe	Pompe à eau pour détartreur SATELEC	226 €		
			Total		2 598 €	1	2 598 €
Chenil / Chatterie	Cages Chiens	Option 1	3 à 4 cages modulables pour chiens	Ensemble de 3 cages Shor-Line	3 485 €	1	3 485 € 1 3 485 €
	Cages Chats	Option 1	1 cage chat (Cat Friendly)	Cage d'hospitalisation en Krion® K-LIFE – Cat Friendly	1 858 €		3 5 574 €
		Option 2	1 cage en inox	Cage Vetinox (empilable)	828 €	3	2 484 € 3 7 452 €
Laboratoire	Microscope	Option 1	Microscope	Microscope Elite BA210E - Binoculaire	1 059 €	1	1 059 € 1 1 059 €
	Centrifugeuse	Option 1	Centrifugeuse	Centrifugeuse angulaire digitale	628 €	1	628 € 1 628 €
	Analyseur Biochimie	Option 1	Analyseur Biochimie	Catalyst One	7 500 €	1	7 500 € 1 7 500 €
	Analyseur NFS	Option 1	Analyseur NFS	ProCyte Dx	15 200 €	1	15 200 € 1 15 200 €
					Total		111 574 € 164 421 €

En ce qui concerne l'acquisition du matériel, plusieurs alternatives sont envisageables. La plus couramment choisie consiste à acheter le matériel auprès des centrales d'achats, qui offrent un vaste catalogue de produits incluant tout le nécessaire pour l'installation d'une clinique vétérinaire. Bien que cette option soit la plus simple et permette de choisir l'ensemble du matériel sur un même catalogue, il convient de noter qu'elle peut s'avérer plus coûteuse qu'une négociation directe auprès du fournisseur de l'équipement. Toutefois, les centrales d'achats proposent également des packs d'installation qui permettent de bénéficier de tarifs préférentiels lors de la création d'une clinique vétérinaire.

L'achat de l'ensemble des équipements doit être ajouté aux autres dépenses déjà engagées lors de la création de la clinique vétérinaire. Ainsi, l'achat d'équipements vétérinaires d'occasion se révèle être une excellente stratégie pour maîtriser les coûts. Plusieurs possibilités existent. Des plateformes en ligne telles que VetShare, ainsi que divers groupes Facebook rassemblant des milliers de vétérinaires en France, permettent aux cliniques vétérinaires souhaitant se séparer de leur matériel de publier des annonces. Cela facilite la mise en contact des acheteurs avec les vendeurs, empruntant le modèle du célèbre site "LeBonCoin".

Une autre alternative intéressante consiste à acheter du matériel vétérinaire reconditionné, ce qui permet de réduire les coûts initiaux par rapport à l'achat de matériel neuf. Le site internet CodeoVet se spécialise dans le reconditionnement de matériel vétérinaire et humain. Il offre aux vétérinaires la possibilité d'acheter du matériel reconditionné, tout en proposant des services de reprise et de maintenance.

(49)

Enfin le leasing, également connu sous le nom de location avec option d'achat est une autre possibilité. Le principe fondamental du leasing est simple. Au lieu d'acheter le matériel vétérinaire en payant la totalité du prix d'achat, un contrat de location est signé avec une société de leasing. Ainsi, des mensualités régulières sont versées à cette société pour l'utilisation du matériel sur une période déterminée. Le leasing est tout particulièrement intéressant lors de la création d'une clinique vétérinaire car il permet de diminuer l'investissement de départ. Le leasing présente également des avantages fiscaux. Les paiements versés dans le cadre d'un leasing sont considérés comme des dépenses d'exploitation, ce qui peut réduire la charge fiscale. (50)

PARTIE 5 : ORGANISATION DE LA CLINIQUE VÉTÉRINAIRE

II. La gestion de la clinique vétérinaire au quotidien

1. Le logiciel de gestion

Le logiciel de gestion souvent appelé logiciel métier est un indispensable d'une clinique vétérinaire. Il permet la gestion de l'emploi du temps, la constitution de dossiers clients, la gestion des stocks, la comptabilité et la communication aux propriétaires d'animaux. Certains d'entre eux sont compatibles avec des services externes comme les plans de santé ou la prise de rendez-vous en ligne par exemple.

Deux grandes catégories de logiciels de gestion sont à distinguer. Les logiciels 100% internet fonctionnant sur le cloud, accessibles à partir de n'importe quel navigateur web et les logiciels mixtes dont le programme est installé sur chaque ordinateur et les données sont synchronisées grâce à internet.

Le choix du logiciel métier doit se faire en fonction de ses besoins. La facilité de prise en charge et l'ergonomie permettra un gain de temps à l'utilisation, appréciable sur le long terme. La possibilité de connecter le logiciel de gestion à son matériel (l'appareil de radiographie, l'échographe, les analyseurs) est un avantage pour rassembler les examens complémentaires dans le dossier client, et éviter les doubles saisies.

Un logiciel de gestion est choisi en règle générale pour plusieurs années. Il est important d'évaluer le caractère évolutif de celui-ci (mises à jour, développement de nouveaux services) afin d'anticiper les besoins futurs de la clinique vétérinaire.

Les principaux logiciels de gestion vétérinaire en 2023 sont présents dans le tableau suivant (liste non exhaustive). (51) La tarification des logiciels de gestion comprend pour la plupart un abonnement mensuel auquel des options payantes peuvent être ajoutées comme l'envoi de sms, d'e-mails et un espace de stockage plus important. Certains logiciels peuvent être achetés au comptant, dans ce cas les mises à jour annuelles seront payantes. (52)

Tableau XX : Logiciels de gestion vétérinaire

Logiciel	Éditeur
Bourgelat	Digivet
Dr.Veto	Alcyon
GmVet	Centravet
My Vet Apps	Coveto
Sublimo	AssistoVet
Vétocom (Vétocom Sky)	Digivet
Vetopartner	Vetinweb
Vetup	Vetup

2. Le stock

a. *La gestion des stocks*

Le stock d'une clinique vétérinaire correspond à l'ensemble des marchandises achetées dans le but de réaliser son activité vétérinaire et de vendre ses produits. Le stock comprend notamment les médicaments, les consommables et les aliments.

La gestion du stock est cruciale pour assurer l'équilibre financier d'une entreprise vétérinaire. Un défaut de stock conduit à une incapacité de répondre au besoin du client à un instant donné, et éventuellement à une perte de la vente. Un stock trop important aboutit à une immobilisation financière conséquente et à une augmentation du nombre de produits périmés qui constituent une perte sèche pour l'entreprise.

L'inventaire est un incontournable de la gestion des stocks. Il doit être réalisé une ou deux fois par an et permet de réaliser un dénombrement de l'ensemble des marchandises présentes à un instant précis. Il a pour objectif de rectifier les stocks. L'inventaire est une tâche longue et fastidieuse. L'utilisation de lecteurs de codes-barres et des listes des marchandises présentes sur le site de la centrale d'achats permettent un gain de temps non négligeable. (52)

La gestion du stock peut être réalisée selon différentes méthodes :

- Réapprovisionnement à quantité et période fixes.
- Réapprovisionnement systématique.
- Méthode du point de commande pour un produit donné.

Tableau XXI : Méthodes de gestion du stock

Méthode	Réapprovisionnement à quantité et période fixes	Réapprovisionnement systématique	Seuil de commande pour un produit donné
Descriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Commander à une fréquence régulière une quantité de produits définie et constante 	<ul style="list-style-type: none"> - Commander les produits aussitôt vendus 	<ul style="list-style-type: none"> - Commander une quantité définie de produits une fois un seuil d'alerte minimal atteint
Avantages	<ul style="list-style-type: none"> - Méthode simple et rapide au quotidien - Frais de passation de commande réduits - Remises possibles pour les achats groupés 	<ul style="list-style-type: none"> - Souplesse en cas de variation de vente imprévue - Stocks faibles 	<ul style="list-style-type: none"> - Méthode simple et rapide au quotidien (une fois les seuils définis) - Souplesse en cas de variation de vente imprévue (changement des seuils)
Inconvénients	<ul style="list-style-type: none"> - Nécessite une planification des ventes - Pas de souplesse en cas de variation de vente imprévue - Stocks élevés 	<ul style="list-style-type: none"> - Frais de passation de commande importants - Pas de promotions possibles 	<ul style="list-style-type: none"> - Temps nécessaire pour définir les seuils de commandes

b. Les centrales d'achats

Les centrales d'achats vétérinaires ont été créées dans les années 1970 pour permettre aux vétérinaires d'accéder à l'ensemble des médicaments proposés par les laboratoires vétérinaires. (53) Les centrales d'achats vétérinaires distribuent les médicaments, les consommables, les aliments et le matériel vétérinaire. Elles assurent la livraison régulière des commandes aux structures vétérinaires. Les principales centrales d'achats vétérinaires en France en 2023 sont : Alcyon, Centravet et Covéto.

Les centrales d'achats offrent la possibilité de passer les commandes en ligne grâce à un système de prise de commande rapide et ergonomique. Leurs sites internet intègrent un moteur de recherche performant avec un système de filtrage multicritères pour trouver les références rapidement. Il est également possible de préparer des « commandes types » pour passer des commandes récurrentes.

L'historique de commande de la centrale d'achats fournit des statistiques pour suivre l'évolution de l'activité de l'entreprise. Les statistiques des achats peuvent être éditées par médicament, par classe thérapeutique, par laboratoire dans un intervalle de temps défini.

A la demande de la profession vétérinaire, les centrales d'achats ont développé de nombreux services additionnels. Certaines centrales d'achats proposent des logiciels métiers (Dr.veto : Alcyon, GmVet : Centravet), des services de prise de rendez-vous en ligne (CaptainVet : Alcyon, Pilepoils : Centravet) et des services de télémedecine (Liv'Vet : Alcyon). (54) (55)

En s'inspirant de la grande distribution, les vétérinaires se sont organisés en Groupements d'Intérêt Économique (GIE) afin de mutualiser leurs achats. Ainsi, les vétérinaires mettent en commun leurs puissances d'achat pour bénéficier de remises plus importantes. Le GIE négocie les prix d'achat pour l'ensemble de ses membres. En y adhérant, les vétérinaires bénéficient des tarifs négociés par le GIE.

Cette approche présente l'avantage de faciliter la gestion. Les vétérinaires n'ont plus à consacrer du temps à la négociation des prix d'achat. Ils peuvent se concentrer davantage sur les aspects techniques et innovants lors des rencontres avec les laboratoires.

III. La communication externe de la clinique vétérinaire

1. L'importance d'une identité propre

L'identité de la clinique vétérinaire doit être affirmée, claire et doit véhiculer ses valeurs. Cette identité permet notamment de construire une image de marque, c'est-à-dire la représentation perçue par les propriétaires d'animaux, des valeurs et des engagements de la clinique vétérinaire.

L'identité visuelle est le reflet de la clinique vétérinaire, c'est la première image donnée à un client. L'identité visuelle comprend notamment la charte graphique, le logo et le slogan. Elle représente la signature de la clinique vétérinaire, et permet aux propriétaires d'animaux de rapidement identifier la clinique vétérinaire grâce à ces éléments qui lui sont propres. Elle doit être présente sur l'ensemble des réseaux de communication de la structure (site internet, réseaux sociaux, brochures), et doit également se retrouver dans ses locaux.

L'identité visuelle peut être enrichie par une identité sonore. Elle consiste par exemple à l'utilisation d'une même sonorité présente dans les vidéos réalisées par la clinique vétérinaire, ou sur le répondeur téléphonique. Il peut également s'agir d'une musique d'accueil diffusée en salle d'attente. La musique est vectrice d'émotion, de plaisir, d'apaisement. Elle permet une expérience auditive propre à la clinique vétérinaire.

Certaines entreprises cherchant constamment à se différencier de la concurrence ont recours à une stratégie émergente : l'utilisation d'une identité olfactive. Elle consiste à associer une odeur distinctive à une marque ou à une entreprise. L'odorat est un sens puissant, étroitement lié à notre mémoire et à nos émotions. Il a la capacité unique de déclencher des souvenirs et d'évoquer des sentiments. Les entreprises réalisent de plus en plus que l'utilisation de parfums ou de fragrances spécifiques peut créer une expérience sensorielle positive et renforcer leur identité de marque. Cependant, il est crucial d'utiliser l'identité olfactive de manière subtile et respectueuse. Trop d'odeur peut être envahissant et désagréable pour les clients. Il est important de trouver le parfait équilibre pour créer une expérience agréable.

En règle générale, l'expérience client est permise par les sens, c'est-à-dire par l'identité sensorielle d'une entreprise. La vue (communication visuelle), l'ouïe (communication sonore), et l'odorat (communication olfactive) permettent une expérience cognitive complète et immersive.

La plupart des cliniques vétérinaires s'intéresse uniquement à la communication visuelle de leur entreprise. Ils délaissent les autres formes de communication que sont les communications sonores et olfactives qui sont importantes pour créer une expérience client optimale et véhiculer une identité propre et engagée. (56)

2. La communication numérique

a. Le code de déontologie vétérinaire

Le décret numéro 2015-289 du 13 mars 2015 a apporté des modifications au précédent Code de déontologie vétérinaire. Ce décret a notamment permis une plus grande liberté de communication pour les vétérinaires, tant sur le contenu que sur la forme : "*Toute communication à destination des tiers ou des confrères est désormais libre, quelle que soit sa forme ou ses modalités*". (57) Le vétérinaire a cependant la responsabilité des informations communiquées, celles-ci doivent loyales, honnêtes et scientifiquement étayées. Toute communication doit préserver le secret médical et la communication encourageant l'achat de médicaments soumis à prescription est interdite. (57)

Suite à l'application de ce décret, la publicité, notamment sur Internet, est désormais autorisée. Les vétérinaires ont la possibilité de créer un site web, d'utiliser les médias sociaux et de recourir aux services publicitaires proposés par ces derniers, pour promouvoir leurs cliniques vétérinaires. Cependant, il convient de noter que tout site web destiné à présenter l'activité professionnelle d'un vétérinaire doit être déclaré auprès du CROV de la région où se trouve le domicile professionnel administratif. (57)

b. Les pratiques numériques des Français

(1) L'importance d'internet

D'après une étude de Médiamétrie, 54,3 millions de Français se sont connectés à internet en mars 2023, ce qui représente 85,5 % de la population française. Chaque jour, 46,3 millions de Français surfe sur internet. (58)

D'après le sondage IFOP (Institut Français d'Opinion Publique) intitulé « *impact de l'e-réputation sur le processus d'achat* » publié en 2015, 80 % des Français déclarent avoir recours à internet avant d'acheter un produit ou un service (59). Le site internet est indispensable pour augmenter la visibilité d'une entreprise. En 2021, 50 % des établissements vétérinaires ne possèdent pas encore de site web d'après une étude menée par Vétorino sur 2000 établissements vétérinaires. (60)

(2) Une connexion mobile

D'après le Baromètre du numérique réalisé en 2022 par le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, 87 % des Français possèdent un smartphone. Ce chiffre est en croissance de 3 % par rapport à 2020. (61)

Un Français sur cinq consulte son smartphone dans les cinq minutes qui suivent le réveil, et 23% d'entre eux l'utilisent dans les cinq minutes qui précèdent le coucher. Le smartphone est omniprésent tout au long de la journée des Français, 92 % d'entre eux en font usage au travail, 84 % le consultent devant la télévision et 85 % des Français l'utilisent lorsqu'ils sont accompagnés d'un proche ou d'un ami. (62)

L'accès permanent au smartphone a pour conséquence une augmentation du temps moyen passé à le consulter. En 2021, les Français passent en moyenne 3h30 par jour sur leur smartphone. (63) De plus, le smartphone permet d'accéder à Internet à n'importe quel moment de la journée. Ainsi, il augmente considérablement le temps passé sur Internet. En moyenne, chaque Français se connecte 2h26 par jour. La connexion internet mobile représente 77 % de ce temps. (58)

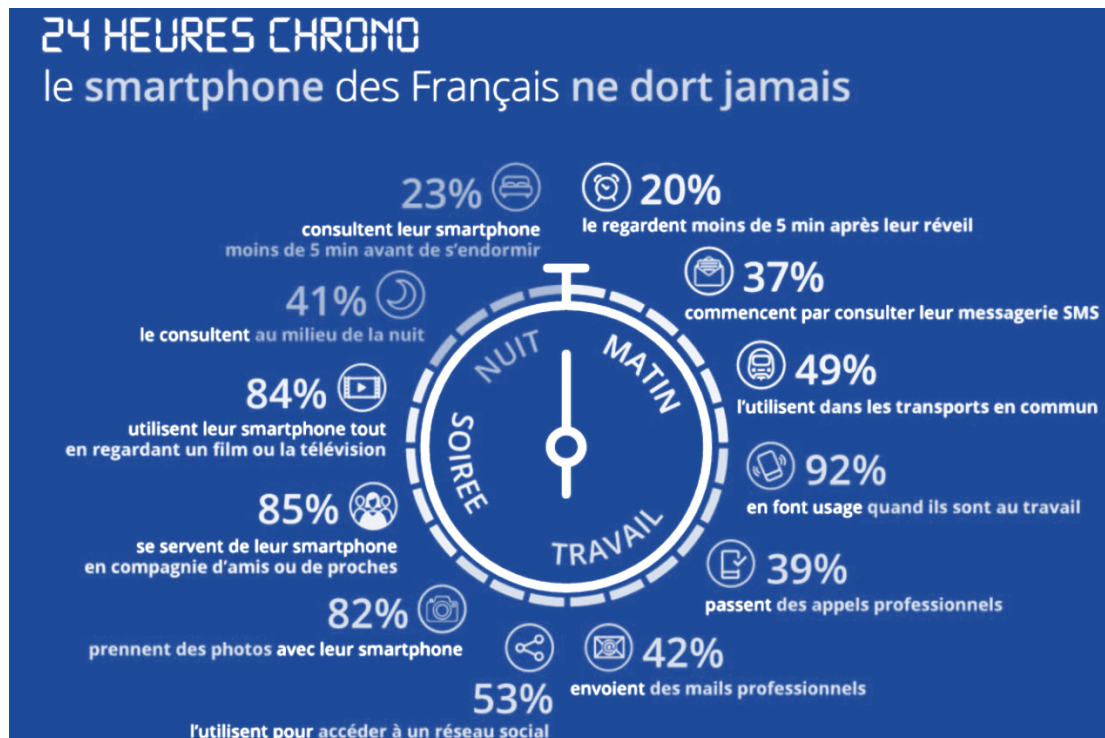


Figure 30 : Utilisation du smartphone au cours de la journée (62)

c. Le site internet

(1) L'intérêt du site internet

En 2023, un site internet est essentiel pour une clinique vétérinaire. Il permet à la structure vétérinaire d'être présente en ligne. Grâce à cette plateforme digitale, la clinique peut non seulement être découverte par de nouveaux clients potentiels, mais aussi communiquer efficacement auprès de sa clientèle.

L'un des premiers réflexes d'un propriétaire d'animal de compagnie en recherche d'un vétérinaire est d'avoir recours à une recherche sur le web. Le site web est la première image renvoyée par la clinique vétérinaire avant même que le client ne s'y rende. Il doit représenter la clinique vétérinaire en y intégrant notamment les mêmes codes graphiques.

Le site web est l'élément central de l'expérience digitale proposée par un établissement vétérinaire. Il rassemble l'ensemble des services digitaux offerts par la structure, comme la prise de rendez-vous en ligne, l'accès à une boutique en ligne ou la consultation du carnet de santé virtuel de son animal de compagnie. Il doit permettre

également aux propriétaires d'animaux, d'accéder à toutes les informations nécessaires concernant la clinique. Sur son site, la clinique vétérinaire doit indiquer ses coordonnées, ses réseaux sociaux, ses horaires d'ouverture, éventuellement les prix et les services proposés ainsi qu'un formulaire de contact offrant aux propriétaires d'animaux la possibilité de poser directement des questions et d'obtenir des réponses personnalisées de la part de la clinique vétérinaire.

L'établissement vétérinaire peut également choisir d'intégrer une FAQ (Foire Aux Questions) ou un « chat » à son site internet pour permettre aux propriétaires d'animaux de trouver les réponses à leurs questions. Pour la mise en place d'un « chat », deux solutions sont possibles. La première consiste à mettre en place un « chat » en direct, cependant cette solution nécessite une personne en temps réel pour converser avec les propriétaires d'animaux. En réalité, cette solution est envisageable uniquement pour des grosses entreprises et n'est pas applicable pour de petites structures.

Une deuxième solution consiste à intégrer un chatbot à son site internet. Ce système permet de rédiger à l'avance la réponse aux questions régulièrement posées. Grâce à un algorithme, le chatbot permet de répondre automatiquement à une grande partie des questions sans intervention humaine. Les questions spécifiques, non renseignées dans le chatbot nécessiteront une intervention humaine et un contact par e-mail.

Le site internet permet également de fidéliser ses clients en proposant régulièrement de nouveaux articles d'informations à destination des propriétaires d'animaux de compagnie. La rédaction régulière de nouveaux articles anime le site internet et lui apporte une valeur ajoutée. La mise en place d'un site internet de qualité participe à son référencement naturel, également appelé SEO, (Search Engine Optimization) sur les moteurs de recherche. Ainsi, un site contenant de nombreux articles de qualité, régulièrement mis à jour bénéficiera d'un référencement préférentiel et se positionnera dans les premiers résultats d'une recherche.

Enfin, dans un contexte où la difficulté de recrutement vétérinaire atteint son paroxysme, le site internet agit comme une vitrine de la clinique vétérinaire pour convaincre des confrères de rejoindre l'équipe. Il rassemble les photos des locaux, de l'équipe et témoigne de son dynamisme. (52)

(2) La création du site internet

Pour créer un site internet, plusieurs solutions existent.

Des sociétés spécialisées dans le domaine de la communication vétérinaire proposent de réaliser un site internet clé en main de la clinique vétérinaire. Ces prestataires ont l'avantage de bien connaître la profession vétérinaire et ses aspects réglementaires.

Une autre solution consiste à travailler avec une agence spécialisée dans la création de site internet toute profession confondue. Les tarifs sont généralement plus abordables mais la connaissance des particularités réglementaires de la profession vétérinaire est moindre.

Enfin, certaines centrales d'achats proposent également de créer un site internet clé en main pour les cliniques vétérinaires partenaires. La filiale « Chezmonvéto » d'Alcyon en est un exemple.

Une dernière alternative consiste à créer soi-même son site internet. Des outils comme Wordpress facilite sa création. Grâce à cet outil, il est possible de créer un site internet sans connaissance particulière en codage. Sa réalisation est cependant très chronophage pour une personne peu expérimentée. Il faut créer l'ensemble des pages du site internet et optimiser soi-même son référencement. Le vétérinaire doit choisir un nom de domaine dont il est propriétaire et louer un hébergeur web. Cette solution est certes la moins coûteuse (quelques euros par mois pour l'hébergement web seulement), mais la plus chronophage à mettre en place.

d. Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux augmentent la visibilité d'une structure vétérinaire. Par différents systèmes d'abonnement (fans, followers, abonnés), les réseaux sociaux créent une communauté autour de la structure vétérinaire et renforcent également le lien de confiance que les propriétaires d'animaux ont envers elle. La constitution d'une communauté locale permet d'augmenter la portée des messages et des informations publiées. Ainsi, les réseaux sociaux permettent une acquisition de nouveaux clients par publication de contenus originaux pouvant devenir viraux.

Les réseaux sociaux permettent également de dialoguer avec des propriétaires d'animaux de compagnie grâce à une messagerie intégrée. Le lien de confiance et de proximité entre le vétérinaire et le propriétaire en est ainsi renforcé.

De nombreux réseaux sociaux existent et chacun présente des spécificités. Le plus connu, Facebook, permet de poster des actualités. Instagram et Pinterest sont spécialisés dans le partage d'images et de photos. YouTube diffuse des contenus vidéos. X (anciennement Twitter) est un réseau social où les utilisateurs peuvent poster de courts communiqués (280 caractères). Enfin, LinkedIn est un réseau social professionnel.

Il est important de définir sa stratégie digitale et de choisir ses réseaux sociaux. La gestion au quotidien des réseaux sociaux est chronophage. Il ne s'agit pas de s'inscrire sur l'ensemble des réseaux sociaux existant mais de choisir les plus pertinents. Facebook et Instagram semblent être les deux réseaux sociaux à privilégier. En 2023, Facebook compte 40 millions d'utilisateurs actifs mensuels et Instagram en compte 22 millions. Ces deux réseaux sociaux sont utilisés en majorité par de jeunes adultes, l'intervalle 25–34 ans est le plus important pour les deux réseaux sociaux avec 30,2 % de l'audience sur Facebook et 25 % de l'audience sur Instagram. (64) (65)

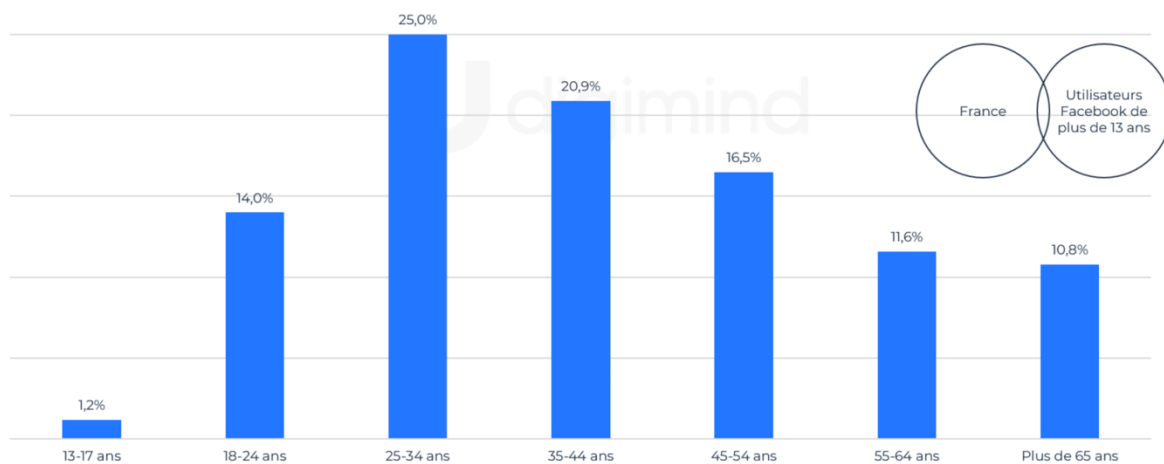


Figure 31 : Profil de l'audience Facebook en France par âge (64)

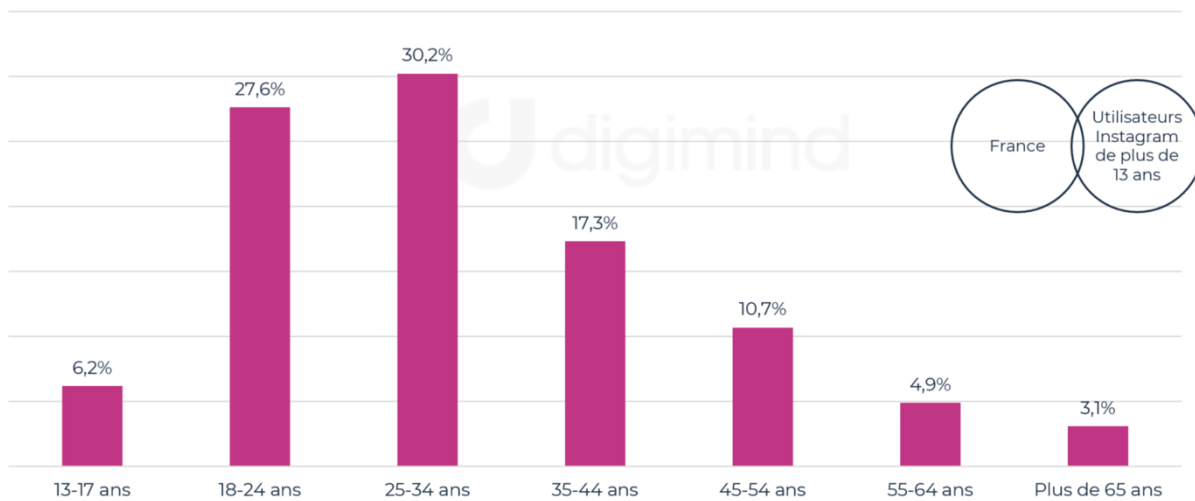


Figure 32 : Profil de l'audience Instagram en France par âge (65)

D'après une étude réalisée par Statista, la tranche d'âge 25-34 ans correspond également à la tranche d'âge avec le taux de possession de chiens le plus élevé. Cette statistique témoigne de la pertinence d'utiliser ces deux réseaux sociaux pour cibler les propriétaires d'animaux de compagnie.

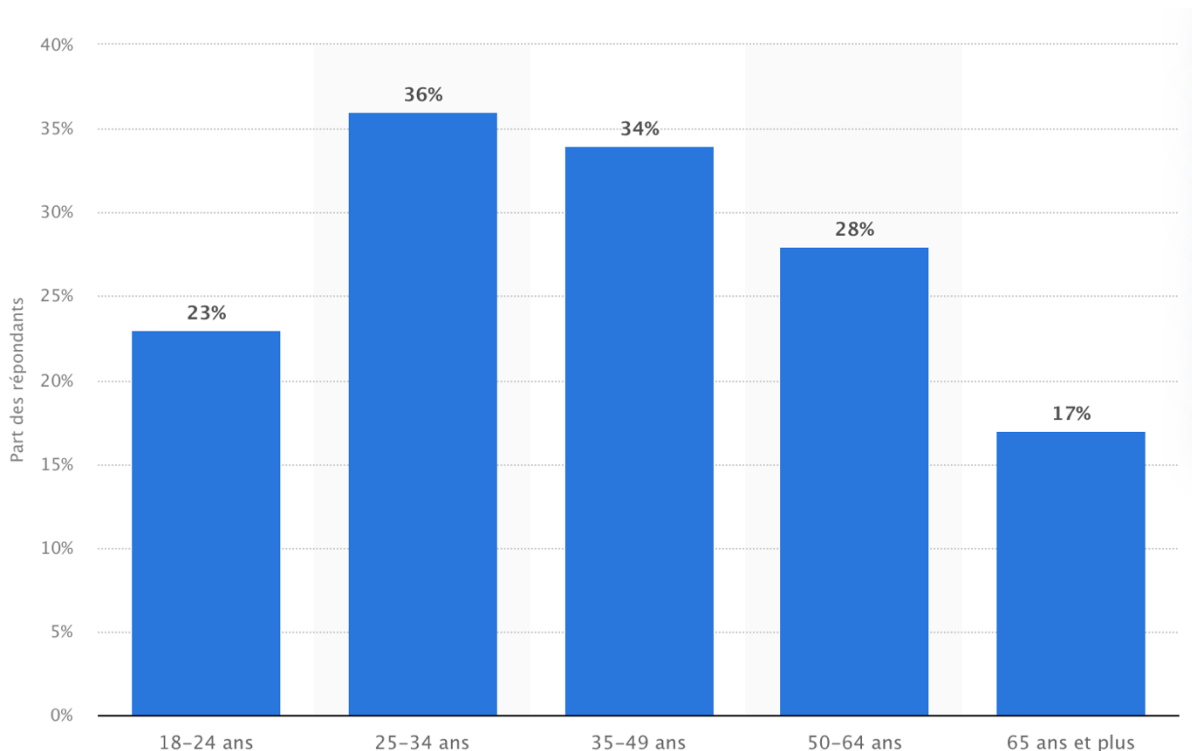


Figure 33 : Part des Français ayant un chien par âge en 2022 (66)

Afin de susciter l'intérêt et l'engagement de l'audience, le contenu publié doit être attrayant et engageant. Pour ce faire, il est recommandé de privilégier des photos et des textes courts avec un appel à action visant à encourager les utilisateurs à interagir avec la publication (likes ou commentaires).

La réalisation d'un calendrier de publications peut-être une solution pour offrir régulièrement du contenu. La régularité des publications est importante pour la mise en avant du compte. Il est recommandé de publier au moins une à deux fois par semaine.

Pour atteindre un large public, il est essentiel de partager ses réseaux sociaux sur différents canaux de communication. En plus des supports traditionnels tels que les flyers, les cartes de rendez-vous, ils peuvent également être diffusés sur le site internet et dans la clinique vétérinaire (QRcode), notamment dans la salle d'attente et l'accueil.

Enfin, les réseaux sociaux peuvent être utilisés pour augmenter le trafic du site internet en y postant des liens vers celui-ci. L'augmentation du trafic améliore le référencement naturel du site internet (SEO) c'est-à-dire sa position dans les moteurs de recherche.

Le réseau social LinkedIn se démarque des autres réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram. Contrairement à ces deux réseaux sociaux qui permettent d'échanger en grande partie avec les propriétaires d'animaux de compagnie, LinkedIn est une plateforme qui favorise la communication entre les professionnels de son secteur d'activité. En se concentrant sur LinkedIn, les structures vétérinaires peuvent élargir leur réseau professionnel, échanger des idées avec d'autres vétérinaires, mettre en place des partenariats ou recruter de nouveaux vétérinaires pour renforcer les effectifs de la clinique.

IV. Améliorer l'expérience client : des services innovants

1. La boutique en ligne

En 2021, 41,8 millions de Français, soit 80 % des internautes ont réalisé au moins un achat sur internet. Plus de la moitié d'entre eux a utilisé son téléphone portable pour un achat. 32 % des e-acheteurs réalisent des achats au moins une fois par semaine (en progression de deux pourcents par rapport à l'année 2020). (67) La vente en ligne ne peut pas être ignorée par les vétérinaires aujourd'hui.

Le e-commerce ne remplace pas la vente directe réalisée à la clinique vétérinaire mais la complète. Les deux modes de distribution possèdent chacun des avantages qui leurs sont propres. La vente en ligne permet un gain de temps en Click and Collect, et offre la possibilité d'acheter en ligne en dehors des heures d'ouverture de la clinique. En revanche, la vente directe réalisée dans la structure privilégie le conseil et l'accompagnement de la part du vétérinaire.

Il est possible de créer sa propre boutique en ligne. La création d'un site internet de vente peut être réalisée assez facilement en utilisant des sites internet spécialisés dans la création de boutiques en ligne. La mise en place d'un tel site nécessite d'abord le référencement de l'ensemble des produits vendus en ligne ainsi que la création des fiches-produits associées.

Une fois la boutique réalisée, l'entrepreneur doit consacrer du temps pour réaliser régulièrement une veille de la concurrence, apporter une assistance téléphonique pour l'ensemble des clients, et travailler sur le référencement du site internet pour améliorer sa visibilité sur le web. En conclusion, bien que l'idée soit intéressante à première vue, la création d'une boutique en ligne et sa mise à jour régulière est extrêmement chronophage et difficilement compatible avec une activité vétérinaire à plein temps.

Des sociétés proposent une alternative en permettant aux vétérinaires de disposer d'une boutique en ligne en y consacrant peu de temps : les boutiques vétérinaires mutualisées. Elles permettent aux propriétaires d'animaux d'une clinique vétérinaire d'accéder à un catalogue de produits vétérinaires (croquettes et produits d'hygiène) en vente sur internet. Après avoir choisi sa clinique vétérinaire, ou renseigner un code qui lui est propre, le propriétaire peut ainsi acheter tous ses produits en ligne et être livré gratuitement à la clinique vétérinaire.

Plusieurs sociétés existent (Chronovet, ClubVet shop, Jungle Vet, KaliVet, MyVetShop, Place des vétos, Vêto Avenue, Vétorino) et proposent des offres assez similaires ; produits au prix internet, une livraison en un à quatre jours ouvrés en clinique vétérinaire. Certaines proposent des fonctionnalités supplémentaires comme un système d'abonnement, ou encore la possibilité de créer une boutique en ligne personnalisée (Vétorino).

Ces boutiques apportent un gain de temps considérable, en s'occupant de la veille concurrentielle, du référencement des produits et du service après-vente. (52)

2. La prise de rendez-vous en ligne

En 2020, 96 millions de rendez-vous en ligne ont été pris sur le site internet Doctolib en France, soit plus de 42 millions de patients français qui ont choisi cette plateforme (34 % des rendez-vous totaux). (68) Désormais, les Français ont pris l'habitude d'utiliser une plateforme de rendez-vous en ligne lorsqu'ils souhaitent consulter un professionnel de santé. Cette démarche s'est fortement accélérée lors de la pandémie de Covid19 avec la difficulté de trouver un praticien rapidement. A partir de 2017 des sites similaires ont vu le jour en médecine vétérinaire pour répondre aux besoins des propriétaires d'animaux de compagnie.

L'utilisation d'un service de prise de rendez-vous en ligne présente de nombreux avantages, tant pour les propriétaires d'animaux que pour le personnel des structures vétérinaires.

L'un des principaux avantages réside dans la possibilité de prendre un rendez-vous à n'importe quel moment de la journée. D'après CaptainVet 50 % des rendez-vous pris en ligne sont pris en dehors des heures d'ouverture. (69)

Pour les ASV, le gain de temps passé au téléphone est considérable. Doctolib estime un gain de temps passé au secrétariat téléphonique de 30 % chez les médecins. (70)

En optant pour la prise de rendez-vous en ligne, une nette diminution des rendez-vous non honorés est constatée. En humaine, Doctolib estime une réduction de l'ordre de 75 % des rendez-vous non honorés. (70) En effet, ce service offre la possibilité d'envoyer des rappels sms personnalisés la veille du rendez-vous, ce qui constitue une mesure efficace pour réduire significativement les rendez-vous manqués.

Enfin, un service de prise de rendez-vous en ligne favorise le recrutement de nouveaux clients. Lorsque des propriétaires d'animaux de compagnie effectuent des recherches sur internet pour trouver une clinique vétérinaire, ils sont plus susceptibles de choisir une structure qui propose la prise de rendez-vous en ligne.

Les principaux sites et applications proposant la prise de rendez-vous en ligne sont présents dans le tableau suivant :

Tableau XXII : Logiciels de prise de rendez-vous en ligne

Logiciels
CaptainVet
Mon rendez-vous véto
Pilepoils
Planning véto
Vetclik
Vétolib
Vetstoria

Différents critères sont à prendre en compte lors du choix de la solution de prise de rendez-vous :

- La synchronisation avec le logiciel métier : la plupart des logiciels métiers proposés par des centrales ou des indépendants proposent un service de prise de rendez-vous en ligne adapté.
- L'ergonomie et la facilité d'utilisation pour le personnel vétérinaire
- Le coût : il est à relativiser en prenant en compte le gain de temps au secrétariat et les potentiels nouveaux clients. (52)

3. La téléconsultation

Le décret n° 2020-526 du 5 mai 2020 a permis à titre expérimental et pour une durée de dix-huit mois, l'exercice de la médecine vétérinaire par voie de télé médecine. (71) Ce décret n'étant plus en vigueur depuis le 6 novembre 2021, aucun texte de loi n'autorise la télé médecine vétérinaire aujourd'hui. Le rapport remis au ministère de l'Agriculture au terme de l'expérimentation recommande la pratique de la télé médecine vétérinaire. Ainsi l'Ordre des vétérinaires n'interdit pas la pratique de la télé médecine et demande au ministère de l'Agriculture que les bases réglementaires de la télé médecine vétérinaire soient publiées au plus vite. (72)

La télé médecine permet de pratiquer la médecine à distance, elle peut prendre plusieurs formes : (72)

- la téléconsultation, elle permet de donner une consultation à distance en temps réel. La téléconsultation est autorisée uniquement pour les animaux déjà examinés depuis moins d'un an par le même vétérinaire ou par un vétérinaire exerçant au même domicile professionnel. Par ailleurs, les antibiotiques d'importance critique ne peuvent être prescrits lors de téléconsultation.
- la télésurveillance, pour le suivi des animaux,
- la télé-expertise, elle permet d'obtenir un avis d'un vétérinaire référent dans le domaine,
- la téléassistance, elle permet à un vétérinaire d'assister un autre vétérinaire pendant une consultation,
- la télé-régulation, pour réguler les urgences.

Depuis la fin de la période d'expérimentation, les vétérinaires n'ont plus à déclarer leur activité de télé médecine sur le site de l'Ordre des vétérinaires. Ils sont tenus néanmoins de l'indiquer dans les conditions générales d'utilisation de leur structure et de l'inclure dans leur RCP. (73)

La télémedecine peut aider à renforcer le lien entre le propriétaire et le vétérinaire. Elle permet grâce à la visioconférence d'obtenir un avis vétérinaire depuis son domicile grâce à un ordinateur ou un smartphone sans se déplacer. La télémedecine peut être également utilisée pour donner des nouvelles d'un animal hospitalisé.

La télémedecine présente plusieurs avantages. Elle réduit le stress de l'animal, en évitant son transport jusqu'à la clinique vétérinaire et son auscultation dans un lieu non familier. Elle permet également une plus grande souplesse organisationnelle car le propriétaire n'a pas besoin de se déplacer. Elle offre aussi une possibilité de consultation même en cas de problématique de distance (vacances). Enfin, la télémedecine possède un atout supplémentaire, elle offre la possibilité de voir évoluer l'animal dans son environnement habituel, ce qui n'est pas réalisable en consultation à la clinique.

La télémedecine présente cependant des limites. Le propriétaire de l'animal doit disposer d'un smartphone ou d'un ordinateur et d'une connexion internet de bonne qualité. La distance empêche toute palpation et la réalisation d'exams complémentaires. Enfin, la praticité varie en fonction du gabarit de l'animal.

Plusieurs entreprises proposent un service de télémedecine vétérinaire : Linkyvet, Callmyvet ou Liv'Vet. Ces plateformes présentent un module de paiement intégré et proposent une rémunération des vétérinaires à hauteur de 75 % à 80 % du montant de la consultation. (74) (75)

4. Les plans de santé

Les plans de santé vétérinaire sont des services innovants qui visent à offrir aux propriétaires d'animaux de compagnie une approche globale de la santé de leurs animaux. Ces plans sont conçus pour promouvoir la prévention et la surveillance régulière de la santé des animaux de compagnie.

Le plan de santé vétérinaire est un programme élaboré par le vétérinaire qui prévoit les soins habituels dont l'animal a besoin toute l'année pour maintenir sa bonne santé. Il comprend la planification des actes médicaux et des produits sur une période de 12 mois, avec des rappels automatiques. En échange des services et des produits délivrés par le vétérinaire tout au long de l'année, le client effectue un paiement mensuel, ce qui permet de lisser ses dépenses de manière uniforme pendant toute l'année (76). Parfois, la souscription à un plan de santé apporte d'autres avantages comme des réductions tarifaires sur des produits ou la participation à des journées exceptionnelles. (77)

Les plans incluent, la plupart du temps, la vaccination et les traitements antiparasitaires mais ils peuvent également être élaborés sur mesure en fonction de l'animal. Ainsi, d'autres médicaments peuvent être ajoutés au plan de santé annuel et par exemple, une intervention chirurgicale comme la stérilisation peut être également prévue et incluse.

Enfin, il est possible de réaliser des plans de santé adaptés au suivi de maladies chroniques (maladie rénale chronique, diabète), en incluant les consultations de suivi et les examens complémentaires prévus dans l'année.

CONCLUSION

Au cours des dernières décennies, la place de l'animal de compagnie a évolué au sein de la société. Les animaux sont désormais considérés comme un membre de la famille et les attentes des propriétaires en matière de soins vétérinaires ont également évolué. Ce changement de perception est à l'origine d'une croissance du secteur vétérinaire des animaux de compagnie en France. Il est impératif de répondre à ces demandes croissantes en matière de soins et de services de qualité.

La création d'une clinique vétérinaire canine est un projet complexe et pluridisciplinaire nécessitant de nombreuses compétences. La mise en place du projet, le choix du lieu d'implantation, le statut juridique, les services proposés, doivent faire l'objet d'une réflexion approfondie en amont. Les locaux doivent être conçus de manière à offrir un environnement optimal pour les animaux, leurs propriétaires, et les vétérinaires qui y exercent. En fin de compte, la mise en place d'un établissement de soins vétérinaires requiert une expertise en gestion d'entreprise, en comptabilité, en marketing, en communication, en plus des compétences professionnelles intrinsèques au métier de vétérinaire.

Ce guide a été conçu pour rassembler une multitude d'informations essentielles afin d'apporter une aide aux vétérinaires souhaitant créer leur clinique vétérinaire.

BIBLIOGRAPHIE

1. CHAMARD, Valentine. 2021, année record pour le marché des animaux de compagnie. *Le Point Vétérinaire*. [en ligne]. 12 avril 2022. [Consulté le 15 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.lepointveterinaire.fr/actualites/actualites-professionnelles/2021-annee-record-pour-le-marche-des-animaux-de-compagnie.html>
2. FACCO. *Parc des Animaux Familiers 2020. Assemblée générale du 10 juin 2021*. [en ligne]. [Consulté le 15 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <http://www.facco.fr/wp-content/uploads/2021/06/Parc-des-Animaux-Familiers-2020-Assemble%CC%81e-ge%CC%81ne%CC%81rale-FACCO-10-06-21.pdf>
3. FACCO. Population animale. [en ligne]. [Consulté le 16 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.facco.fr/chiffres-cles/les-chiffres-de-la-population-animale/>
4. HARRIS INTERACTIVE. *De la main à la patte : quelle nouvelle place pour les animaux au sein de la société ? Observatoire Cetelem*. [en ligne]. [Consulté le 16 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://observatoirecetelem.com/app/uploads/sites/2/2021/11/note-harris-petcare-business-cetelem-1.pdf>
5. PACHETEAU, CLAUDE. Les Français déboursent en moyenne 619 euros pour un chien. *SantéVet*. [en ligne]. [Consulté le 31 août 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.santevet.com/articles/les-francais-deboursent-en-moyenne-619-euros-pour-un-chien>
6. HUVIER, FLORIAN. 51% des Français préfèrent leurs animaux à leurs amis. *BFMTV*. [en ligne]. 7 octobre 2016. [Consulté le 16 juin 2023]. Disponible à l'adresse : https://www.bfmtv.com/animaux/51-des-francais-preferent-leurs-animaux-a-leurs-amis_AV-201610070058.html
7. INSEE. L'activité des vétérinaires : de plus en plus urbaine et féminisée. [en ligne]. [Consulté le 15 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3621973>

8. INSEE. Indice de chiffre d'affaires - Activités vétérinaires. [en ligne]. [Consulté le 15 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/serie/010543829#Graphique>

9. OBSERVATOIRE NATIONAL DEMOGRAPHIQUE DE LA PROFESSION VETERINAIRE. *Atlas démographique de la profession vétérinaire 2022, 7è Edition*. [en ligne]. [Consulté le 27 août 2023]. Disponible à l'adresse : https://www.veterinaire.fr/system/files/files/2022-10/1127-INTERIEUR-ATLAS-REGIONAL-NATIONAL-2022_BD_24102022.pdf

10. YVERNAULT, Véronique. Le petfood à la croisée des tendances de l'alimentation humaine. *LSA-conso*. [en ligne]. 17 mars 2022. [Consulté le 16 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.lsa-conso.fr/le-petfood-a-la-croisee-des-tendances-de-l-alimentation-humaine,406141>

11. FACCO. *Rapport annuel 2022*. [en ligne]. [Consulté le 16 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.facco.fr/wp-content/uploads/2022/05/rapport-annuel-facco-2022pdf.pdf>

12. INSEE. Populations légales 2020. [en ligne]. [Consulté le 31 août 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/zones/6676182?geo=COM-52088&debut=0>

13. PEYRARD-MOULARD, MARTINE. L'effet de dépendance au sentier, frein au progrès : définition d'économie. *Pour l'Eco*. [en ligne]. 27 juillet 2021. [Consulté le 3 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.pourleco.com/le-dico-de-l-eco/leffet-de-dependance-au-sentier-frein-au-progres>, <https://www.pourleco.com/le-dico-de-l-eco/leffet-de-dependance-au-sentier-frein-au-progres>

14. ECONOMIE.GOUV.FR. Création ou reprise d'entreprise : comment obtenir un prêt pour financer votre projet ? [en ligne]. [Consulté le 5 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/prest-banque-creation-reprise-entreprise>

15. BARALON, PHILIPPE. L'importance de l'expérience client. *Vet Focus*. [en ligne]. 5 mai 2021. [Consulté le 23 août 2023]. Disponible à l'adresse : <https://vetfocus.royalcanin.com/fr/gestion-de-la-pratique/l%E2%80%99importance-de-l%E2%80%99experience-client>

16. ANDRÉ, CARINE. L'Observatoire des Français et de leurs animaux de compagnie. *Ipsos*. [en ligne]. 17 avril 2019. [Consulté le 9 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.ipsos.com/fr-fr/observatoire-des-francais-et-de-leurs-animaux-de-compagnie>

17. BPI FRANCE. SEL - Société d'exercice libéral. [en ligne]. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/structures-juridiques/entreprendre-a-plusieurs/sel-societe-dexercice-liberal>

18. ECONOMIE.GOUV.FR. La société en nom collectif (SNC), un statut avec une responsabilité solidaire et indéfinie. [en ligne]. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/societe-en-nom-collectif-snc>

19. IMPOTS.GOUV.FR. Impôt sur les sociétés. [en ligne]. [Consulté le 10 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.impots.gouv.fr/international-professionnel/impot-sur-les-societes>

20. ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR. Bénéfices non commerciaux (BNC) : régime réel d'imposition. [en ligne]. 9 juin 2023. [Consulté le 10 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F32105>

21. SERVICE-PUBLIC.FR. Impôt sur le revenu - Frais professionnels : forfait ou frais réels (déduction). [en ligne]. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F1989>

22. SERVICE-PUBLIC.FR. Quel est le barème de l'impôt sur le revenu ? [en ligne]. [Consulté le 10 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F1419>

23. MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR. Fiscalité des distributions de dividendes. [en ligne]. [Consulté le 10 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.demarches.interieur.gouv.fr>

24. NADEL, Jacques. SEL : un mauvais traitement pour la rémunération des associés. *La Semaine Vétérinaire*. [en ligne]. 31 mars 2023. N° 1983. [Consulté le 24 août 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.lepointveterinaire.fr/publications/la-semaine-veterinaire/article/n-1983/sel-un-mauvais-traitement-pour-la-remuneration-des-associes.html>
25. ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR. Bail professionnel. [en ligne]. 5 août 2022. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F24299>
26. IMPOTS.GOUV.FR. Les SCI. [en ligne]. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.impots.gouv.fr/particulier/les-sci>
27. MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE. Le Gouvernement lance le guichet unique des formalités des entreprises et le registre national des entreprises. [en ligne]. 16 novembre 2022. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://presse.economie.gouv.fr/16112022-le-gouvernement-lance-le-guichet-unique-des-formalites-des-entreprises-et-le-registre-national-des-entreprises/>
28. WAGNER, MAXIME. Guichet unique des formalités d'entreprise : le guide pour tout comprendre. *Captain Contrat*. [en ligne]. 25 mai 2023. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.captaincontrat.com/creer-son-entreprise/les-demarches/le-guichet-unique-des-formalites-dentreprise-le-guide>
29. ECONOMIE.GOUV.FR. Numéros SIREN et SIRET : quelles démarches pour les obtenir ? [en ligne]. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/numeros-siren-siret>
30. CARPV. Nos missions. [en ligne]. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.carpv.fr/la-carpv/nos-activites/>
31. *Décret n° 2011-2030 du 29 décembre 2011 relatif aux plafonds de garantie mentionnés à l'article L. 1142-2 du code de la santé publique.*
32. MAIF. Quelles différences entre RC Pro et RC Exploitation ? [en ligne]. [Consulté le 10 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.maif.fr/travailleurs-independants/guide-assurance-independant/differences-rc-pro-rc-exploitation>

33. MMA. Assurance perte d'exploitation. [en ligne]. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://entreprise.mma.fr/votre-activite/perte-exploitation.html>

34. AG2R LA MONDIALE. Contrat santé loi Madelin : de quoi parle-t-on ? [en ligne]. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.ag2rlamondiale.fr/chef-d-entreprise-et-tns/vous-proteger/conseil-contrat-sante-loi-madelin-de-quoi-parle-t-on>

35. *Loi n° 94-126 du 11 février 1994 relative à l'initiative et à l'entreprise individuelle.*

36. SERVICES PUBLICS. Je dois déclarer des cotisations facultatives Madelin mais je me demande ce que c'est. [en ligne]. [Consulté le 26 août 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.plus.transformation.gouv.fr/j-ai-droit-a-l-erreur/je-dois-declarer-des-cotisations-facultatives-madelin-mais-je-me-demande-ce>

37. MUTUELLE MADELIN.FR. Déduction fiscale Madelin : Quel montant ? - Mutuelle Madelin. [en ligne]. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.mutuellemadelin.fr/mutuelle-madelin/deduction-fiscale-mutuelle-madelin>

38. ECONOMIE.GOUV.FR. Entreprises, vous avez l'obligation de proposer une mutuelle de santé à vos salariés. [en ligne]. [Consulté le 26 août 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/mutuelle-entreprise-obligatoire-complementaire-sante>

39. BUCHSENSCHUTZ, Guillaume. Arrêts maladie : les professionnels libéraux indemnisés. *CNAVPL*. [en ligne]. 22 juin 2021. [Consulté le 10 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.cnavpl.fr/les-pl-indemnisés-des-ij/>

40. CARPV. Bénéficiaire de la prévoyance. [en ligne]. [Consulté le 10 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.carpv.fr/cotisant/beneficiaire-de-la-prevoyance/>

41. ENTREPRENDRE.SERVICE-PUBLIC.FR. Déclaration et paiement de la TVA. [en ligne]. [Consulté le 12 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F23566>

42. ALCYON. *Agencement de la structure vétérinaire. 3è Edition. 96p. 2022.*

43. LÉGIFRANCE. *Article R242-73 - Code rural et de la pêche maritime*. [en ligne]. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000032672520

44. LATIL, SCHILLIGUER, et BESSARD. Un parking est-il un argument marketing pour une clinique vétérinaire ? *La Semaine Vétérinaire*. [en ligne]. 28 janvier 2011. N° 1435. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.lepointveterinaire.fr/publications/la-semaine-veterinaire/article/n-1435/un-parking-est-il-un-argument-marketing-pour-une-clinique-veterinaire.html>

45. DRIOT, Caroline. Aménagement des cliniques : priorité au bien-être. *La Semaine Vétérinaire*. [en ligne]. 7 octobre 2022. N° 1960. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.lepointveterinaire.fr/publications/la-semaine-veterinaire/article/n-1960/amenagement-des-cliniques-priorite-au-bien-etre.html>

46. GRGIC, DEBOUTE, et GOUINEAU. Comment votre clinique s'est-elle adaptée aux chats et à leurs propriétaires ? *La Semaine Vétérinaire*. [en ligne]. 1 mai 2015. N° 1632. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.lepointveterinaire.fr/publications/la-semaine-veterinaire/article-asv/n-89/comment-votre-clinique-s-est-elle-adaptee-aux-chats-et-a-leurs-proprietaires.html>

47. LARDENOIS et GILBERT. Pour une hospitalisation respectueuse du chat. *La Semaine Vétérinaire*. [en ligne]. 26 novembre 2021. N° 1922. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.lepointveterinaire.fr/publications/la-semaine-veterinaire/article/n-1922/pour-une-hospitalisation-respectueuse-du-chat.html>

48. LÉGIFRANCE. *Article R5146-44 - Code de la santé publique*. [en ligne]. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006800985

49. CODEOVET. Spécialiste du matériel vétérinaire occasion et reconditionné. [en ligne]. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://vet.codeo-medical.com/fr/>

50. TROUILLET, Serge. Le financement du matériel de cabinet. *La Semaine Vétérinaire*. [en ligne]. 14 septembre 2016. N° 1687. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.lepointveterinaire.fr/publications/la-semaine-veterinaire/article/n-1687/le-financement-du-materiel-de-cabinet.html>

51. ORDRE NATIONAL VÉTÉRINAIRE. Quel logiciel métier équipe votre établissement vétérinaire ? [en ligne]. 12 janvier 2023. [Consulté le 21 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.veterinaire.fr/communications/actualites/quel-logiciel-metier-equipe-votre-etablissement-veterinaire>

52. ALCYON. *Création, Association, Rachat de structures vétérinaires*. 15^è Edition. 76p. 2022.

53. OBSERVATOIRE-FC2PV. Association Nationale des Sociétés Vétérinaires d'Achat et de Distribution de Médicaments. [en ligne]. [Consulté le 20 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.observatoire-fc2pv.fr/ansvadm>

54. Alcyon - Centrale d'achat vétérinaire. [en ligne]. [Consulté le 20 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.alcyon.com/services/alcyon-solutions-digitales>

55. CENTRAVET. Nos services : découvrez l'offre Centravet. *Centravet*. [en ligne]. [Consulté le 20 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.centravet.fr/nos-services-pour-votre-structure-veterinaire/>

56. PÉREZ MADRIGAL, ANGEL VALERA, TABARES RIVERO. *Comprendre vos clients, neuromarketing pour les vétérinaires*. Edition Med'Com. 216p. [en ligne]. 2022. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://medcom.fr/produit/comprendre-vos-clients-neuromarketing-pour-les-veterinaires/>

57. *Décret n° 2015-289 du 13 mars 2015 modifiant le code de déontologie vétérinaire et différentes dispositions liées à l'exercice professionnel vétérinaire*.

58. MÉDIAMÉTRIE. Audience Internet Global en mars 2023. [en ligne]. 3 mai 2023. [Consulté le 17 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.mediametrie.fr/fr/audience-internet-global-en-mars-2023>

59. IFOP. L'impact de l'e-réputation sur le processus d'achat. *IFOP*. [en ligne]. [Consulté le 17 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.ifop.com/publication/limpact-de-le-reputation-sur-le-processus-dachat/>

60. PIERRE DESOUCHES. Un site internet pour votre clinique vétérinaire ? [en ligne]. 27 septembre 2021. [Consulté le 17 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.vetorino.com/blog/2021/09/27/un-site-internet-pour-votre-clinique-veterinaire/>

61. ARCEP. Équipements et usages du numérique. [en ligne]. 30 janvier 2023. [Consulté le 17 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.arcep.fr/actualites/actualites-et-communiques/detail/n/equipements-et-usages-du-numerique-300123.html>

62. DELOITTE. Mobile survey. *Deloitte Recrute*. [en ligne]. [Consulté le 17 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.deloitterecrute.fr/decouvrir-deloitte/actualites/nos-etudes/mobile-survey/>

63. KRISTIANTO, DONNY. Daily Time Spent in Apps Rise as Much as 45% in Two Years as Pandemic Bolsters the Mobile Habit. *data.ai*. [en ligne]. [Consulté le 17 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.data.ai/en/insights/market-data/q2-2021-market-index-regional-rankings/>

64. ASSELIN, Christophe. Facebook les chiffres et statistiques essentiels en 2022-2023 en France et dans le Monde. [en ligne]. [Consulté le 20 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://blog.digimind.com/fr/agences/facebook-chiffres-essentiels>

65. ASSELIN, Christophe. Instagram, les chiffres incontournables pour 2023 France et monde. [en ligne]. [Consulté le 20 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://blog.digimind.com/fr/agences/instagram-chiffres-incontournables-2020-france-et-monde>

66. STATISTA. Part des français ayant un chien selon l'âge en 2022. [en ligne]. [Consulté le 20 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://fr.statista.com/statistiques/1373558/part-francais-ayant-chien-selon-age/>

67. *MEDIAMETRIE. Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France – Bilan de l'année 2021. Communiqué de presse du 3 Février 2022.* [en ligne]. [Consulté le 22 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.mediametrie.fr/sites/default/files/2022-02/2022%2002%2003%20CP%20M%C3%A9diam%C3%A9trie%20Fevad%20T4%202021.pdf>

68. DJABRI, Riad. Prise de rendez-vous en ligne, le bilan 2020. *Doctolib.* [en ligne]. 22 décembre 2020. [Consulté le 23 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://info.doctolib.fr/blog/42-millions-de-patients-rendez-vous-en-ligne/>

69. CAPTAINVET. Vétérinaire : augmentez et fidélisez votre clientèle grâce au numérique. [en ligne]. 8 juin 2018. [Consulté le 23 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.captainvet.com/posts/veterinaire-augmentez-et-fidelisez-votre-clientele-grace-au-numerique>

70. *DOCTOLIB. Dossier de presse.* [en ligne]. [Consulté le 23 juin 2023]. Disponible à l'adresse : http://res.cloudinary.com/djqdp2ttr/image/upload/v1511799109/Doctolib_Dossier_de_presse_c9bmui.pdf

71. *Décret n° 2020-526 du 5 mai 2020 relatif à l'expérimentation de la télémédecine par les vétérinaires.* 5 mai 2020.

72. ORDRE NATIONAL VÉTÉRINAIRE. Télémédecine vétérinaire. [en ligne]. 6 mai 2020. [Consulté le 18 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.veterinaire.fr/je-suis-veterinaire/mon-exercice-professionnel/telemedecine-veterinaire>

73. VETAPP. Cadre légal de la télémédecine vétérinaire en France. *Cadre légal de la télémédecine vétérinaire en France.* [en ligne]. 29 septembre 2022. [Consulté le 18 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.vetapp.fr/blog/cadre-legal-de-la-telemedecine-veterinaire-en-france>

74. LIV'VET. La solution de télémédecine adaptée aux vétérinaires. [en ligne]. [Consulté le 19 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://livvet.vet/veterinaire/>

75. CALLMYVET. Valoriser le savoir des vétérinaires. [en ligne]. [Consulté le 19 juin 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.callmyvet.io/veterinaires>

76. OXANE. Programme prévention - Plans de prévention vétérinaires. [en ligne]. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.oxane-vet.com/programme-prevention/>

77. ESPACEVET. Vetoplan : les plans de prévention pour chiens, chats et NAC. *Vétoplan*. [en ligne]. [Consulté le 2 octobre 2023]. Disponible à l'adresse : <https://www.espace-vet.fr/les-plans-de-prevention/>

ANNEXES

**ANNEXE 1 : CLASSEMENT DES
DEPARTEMENTS EN FONCTION DU CHIFFRE
D'AFFAIRES PAR EQUIVALENT VETERINAIRE
CANIN**

Classement	Département	Chiffre d'affaires / nombre d'équivalents vétérinaires canins
1	Aisne	554 316 €
2	Haute-Marne	462 696 €
3	Yonne	428 104 €
4	Pas-de-Calais	425 267 €
5	Vienne	412 847 €
6	Sarthe	406 047 €
7	Aube	405 659 €
8	Indre	401 997 €
9	Cher	389 870 €
10	Somme	388 771 €
11	Lozère	384 166 €
12	Oise	368 103 €
13	Loiret	359 035 €
14	Eure	340 190 €
15	Charente	339 152 €
16	Tarn-et-Garonne	338 231 €
17	Nièvre	336 769 €
18	Haute-Saône	336 399 €
19	Eure-et-Loir	335 997 €
20	Meuse	335 784 €
21	Creuse	332 538 €
22	Dordogne	331 919 €
23	Loir-et-Cher	323 090 €
24	Lot	319 614 €
25	Corrèze	312 713 €
26	Seine-Saint-Denis	308 806 €
27	Alpes-de-Haute-Provence	308 622 €
28	Aude	306 673 €
29	Orne	303 958 €
30	Deux-Sèvres	300 183 €
31	Vendée	298 520 €
32	Haut-Rhin	293 320 €
33	Nord	293 168 €
34	Côtes-d'Armor	292 604 €
35	Vosges	292 158 €
36	Ariège	289 403 €
37	Lot-et-Garonne	287 187 €
38	Ardèche	283 092 €

Classement	Département	Chiffre d'affaires / nombre d'équivalents vétérinaires canins
39	Finistère	279 653 €
40	Allier	279 077 €
41	Gers	278 908 €
42	Mayenne	276 861 €
43	Manche	267 811 €
44	Drôme	266 634 €
45	Haute-Vienne	266 581 €
46	Doubs	264 988 €
47	Pyrénées-Orientales	261 012 €
48	Tarn	260 558 €
49	Moselle	255 962 €
50	Landes	254 982 €
51	Indre-et-Loire	254 681 €
52	Gard	253 904 €
53	Saône-et-Loire	252 512 €
54	Morbihan	248 030 €
55	Ardennes	247 028 €
56	Seine-et-Marne	246 331 €
57	Jura	244 506 €
58	Essonne	244 135 €
59	Haute-Loire	240 687 €
60	Charente-Maritime	239 943 €
61	Hauts-Pyrénées	237 339 €
62	Maine-et-Loire	236 547 €
63	Aveyron	235 414 €
64	Marne	232 448 €
65	Loire	231 061 €
66	Seine-Maritime	230 795 €
67	Calvados	225 925 €
68	Paris	223 292 €
65	Loire	231 061 €
66	Seine-Maritime	230 795 €
67	Calvados	225 925 €
68	Paris	223 292 €
69	Vaucluse	223 006 €
70	Bas-Rhin	218 993 €
71	Territoire de Belfort	217 325 €
72	Val-d'Oise	217 229 €
73	Côte-d'Or	207 488 €

Classement	Département	Chiffre d'affaires / nombre d'équivalents vétérinaires canins
74	Meurthe-et-Moselle	207 354 €
75	Ille-et-Vilaine	201 867 €
76	Var	201 372 €
77	Puy-de-Dôme	196 945 €
78	Hérault	195 571 €
79	Isère	192 531 €
80	Ain	191 821 €
81	Gironde	189 033 €
82	Bouches-du-Rhône	187 608 €
83	Yvelines	182 849 €
84	Corse	177 805 €
85	Hautes-Alpes	168 232 €
86	Loire-Atlantique	165 267 €
87	Haute-Garonne	162 968 €
88	Savoie	162 196 €
89	Cantal	160 273 €
90	Pyrénées-Atlantiques	148 623 €
91	Hauts-de-Seine	143 558 €
92	Haute-Savoie	139 469 €
93	Val-de-Marne	135 851 €
94	Rhône	130 331 €
95	Alpes-Maritimes	118 718 €

GUIDE D'INSTALLATION EN PRATIQUE VETERINAIRE LIBERALE CANINE

Auteur

PARCOLLET Jean-Baptiste

Résumé

Créer une clinique vétérinaire constitue un projet complexe qui requiert une approche méthodique et rigoureuse. Ce travail détaille de manière chronologique les étapes indispensables pour la création d'une clinique vétérinaire pour les animaux de compagnie.

Dans ce guide d'installation d'une clinique vétérinaire canine, une méthode pour choisir le lieu d'implantation d'une clinique vétérinaire est proposée. Elle repose sur l'étude de la démographie des vétérinaires canins et la population d'animaux de compagnie en France. Cette démarche vise à identifier un emplacement optimal qui répond aux besoins du marché. L'aspect administratif et les obligations légales y sont également traités. Il est impératif de comprendre les réglementations en vigueur et de satisfaire aux exigences légales. L'aménagement des locaux est étudié et les équipements vétérinaires nécessaires au lancement de l'activité sont répertoriés. Enfin, ce guide aborde l'organisation interne de la clinique vétérinaire : la gestion des stocks, la prise de rendez-vous, le logiciel métier et les services proposés aux propriétaires d'animaux de compagnie.

Ce travail fournit une feuille de route aux vétérinaires qui souhaitent créer leur clinique vétérinaire pour les animaux de compagnie.

Mots-clés

Installation, Pratique vétérinaire canine

Jury

Président du jury : **Pr COCHAT Pierre**
Directeur de thèse : **Pr REMY Denise**
2ème assesseur : **Pr CHABANNE - RIVE Jérôme**