

Communiqué de presse  
Pharmacie / rayon vétérinaire



## CEDIVET présente son Kit de communication pour développer le rayon vétérinaire de l'officine.

**Rouen, le 25 janvier 2016.** CEDIVET, le département vétérinaire de CERP Rouen, lance une campagne d'animation destinée à développer l'activité vétérinaire de l'officine. Dans un contexte économique difficile, la pharmacie doit développer des marchés porteurs pour assurer sa rentabilité. Une personne sur deux qui entre dans une pharmacie est potentiellement propriétaire d'un chat ou d'un chien, ce qui confère au pharmacien un rôle central dans le

conseil vétérinaire. Le rayon vétérinaire constitue un levier de croissance efficace et renforce les liens entre pharmaciens et leurs clients propriétaires d'animaux.

### Le rayon vétérinaire : un axe de développement majeur pour l'officine



Une personne sur deux qui entre dans une officine est potentiellement propriétaire d'un chat ou d'un chien. Ceci positionne le pharmacien en première ligne pour ce qui concerne l'alimentation et la santé animale.

Le marché de la nourriture pour animaux de compagnie représente 2,92 milliards d'euros et le rayon vétérinaire dans son ensemble est le deuxième rayon le plus rentable dans une officine (après les antalgiques). Cette activité représente un axe de développement majeur pour la pharmacie. CEDIVET lance donc cette campagne et permet à ses clients de bénéficier d'un relai de croissance efficace.

### A la conquête du marché des produits vétérinaires

Le Kit de communication proposé par CEDIVET permet aux pharmaciens de poursuivre plusieurs objectifs :

- **Faire connaître le rayon vétérinaire des officines** aux propriétaires d'animaux de compagnie et faire savoir que les pharmaciens sont en mesure de leur délivrer l'alimentation et les produits prescrits par les vétérinaires à des prix compétitifs.
- **Renforcer le sentiment de proximité entre le pharmacien et sa patientèle** en amorçant le dialogue au sujet des animaux de compagnie.
- **Donner aux pharmaciens les moyens d'optimiser l'activité de l'officine** grâce à des marchés à forte rentabilité.

## Le Kit de Communication en détail

CEDIVET, département vétérinaire de CERP Rouen, a développé un ensemble d'outils complémentaires à destination des pharmaciens désireux de développer leur rayon vétérinaire.

- 1- **Un sticker de vitrine :** support destiné à communiquer vers l'extérieur de la pharmacie. le choix a été fait de porter un message fort et simple à appréhender de manière à ce que la pharmacie soit identifiée comme un point de vente de produits vétérinaires.
- 2- **Des stickers de sol :** supports ludiques, ils attirent l'attention des clients de la pharmacie et mènent leur regard vers le rayon vétérinaire ou vers le comptoir du pharmacien.
- 3- **Des stop-rayon :** ils donnent un coup de projecteur sur le rayon vétérinaire et favorisent l'achat d'impulsion.
- 4- **Une affichette de comptoir :** située sur une zone d'attente du point de vente, ce support permet de délivrer une information détaillée au client et amorce le dialogue avec le pharmacien.
- 5- **Des leaflets :** délivrés par le pharmacien à des clients ciblés, ce support prolonge la communication au-delà du passage du client dans l'officine. L'information détaillée valorise l'expertise du pharmacien dans ce domaine et renforce le sentiment de proximité du client envers son pharmacien.



### À propos de CERP Rouen

CERP Rouen se définit comme un grossiste-répartiteur de proximité en France. Un engagement qui garantit aux sociétaires d'Astera, groupe coopératif, une très grande réactivité : 32 agences assurent plusieurs livraisons quotidiennes en officine pour une liberté de prescription et de délivrance. Ce choix permet au pharmacien de conserver son rôle incontournable de professionnel de santé.



### À propos d'Astera

Avec plus de 6500 pharmaciens sociétaires, 32 agences de répartition en France, 4 en Belgique et un chiffre d'affaires de 4,5 milliards d'euros en 2014. Créée il y a plus de 90 ans par des pharmaciens, Astera défend un modèle unique où chaque sociétaire est à la fois client et propriétaire de la coopérative. Les investissements réalisés sont tournés vers les attentes et les besoins des pharmaciens, les résultats sont partagés.