

LeVeterinarius

LA REVUE DE L'ORDRE DES MÉDECINS VÉTÉRINAIRES DU QUÉBEC

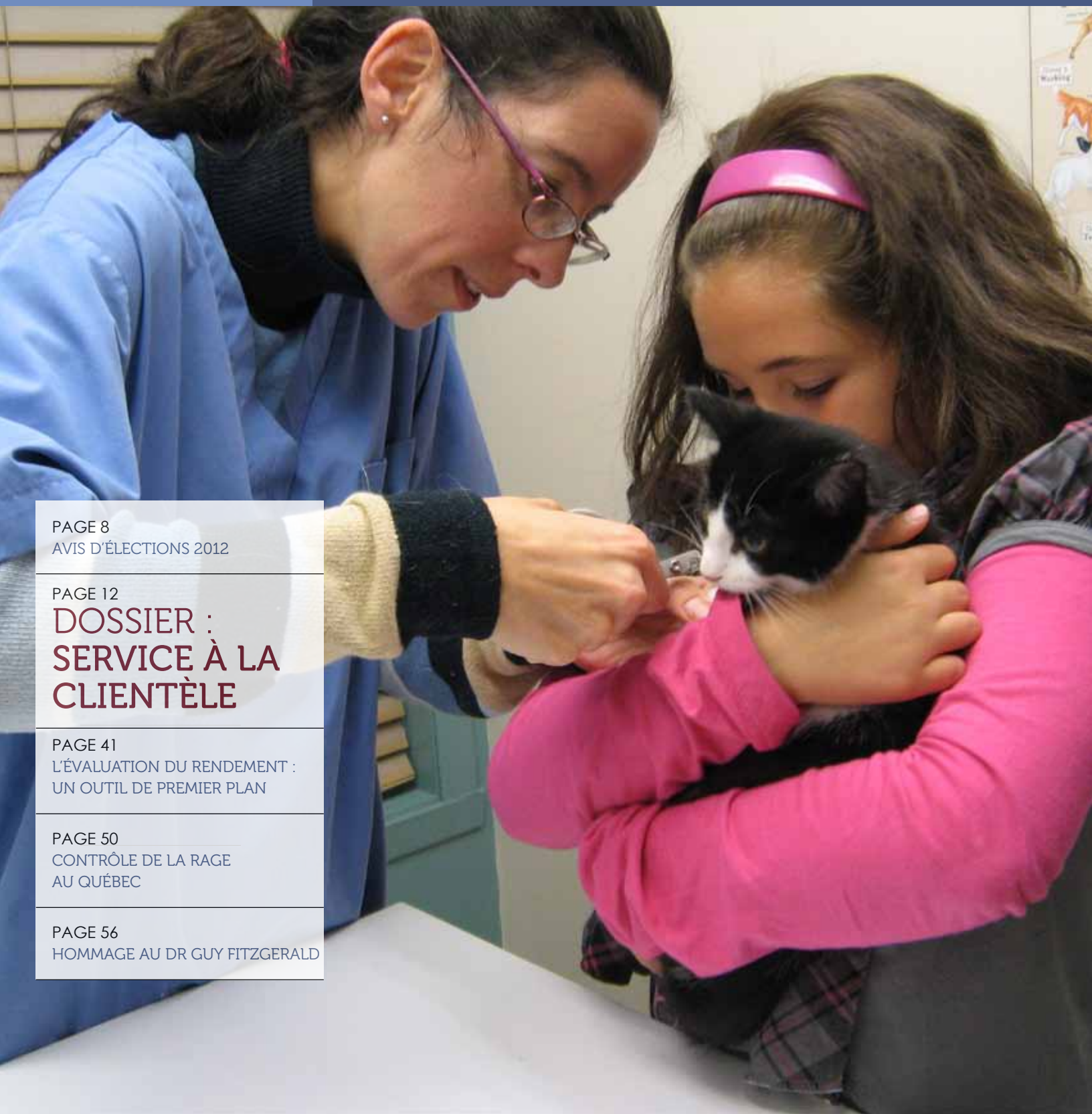
PAGE 8
AVIS D'ÉLECTIONS 2012

PAGE 12
DOSSIER :
SERVICE À LA
CLIENTÈLE

PAGE 41
L'ÉVALUATION DU RENDEMENT :
UN OUTIL DE PREMIER PLAN

PAGE 50
CONTRÔLE DE LA RAGE
AU QUÉBEC

PAGE 56
HOMMAGE AU DR GUY FITZGERALD



Une bonne base, ça ne trompe pas.



Les inhibiteurs de l'ECA jouent un rôle vital dans le traitement de l'insuffisance cardiaque congestive chronique¹.

Le choix d'un traitement approprié prolonge l'espérance de vie et améliore la qualité de vie. Quatre-vingt-neuf pour cent des propriétaires disent que Fortekor® a eu des répercussions positives sur la qualité de vie de leur chien², alors que les vétérinaires l'ont placé en tête de liste quant à la satisfaction des utilisateurs en 2009³.

Fortekor traite et maîtrise l'insuffisance cardiaque causée par la régurgitation mitrale ou par une myocardiopathie avec dilatation chez le chien. De concert avec une thérapie courante, il permet aux animaux de profiter du temps de qualité qui leur reste en compagnie de leurs propriétaires. Fortekor aide les chiens à mieux profiter de la vie.



Visitez le www.ah.novartis.ca ou composez le 1-800-387-6325 pour obtenir de l'information.

¹ Données internes, Novartis Santé Animale.

² Kadence Quality of Life Study.

³ Kadence KPI Study.

© Fortekor est une marque déposée de Novartis Santé Animale Canada Inc.

MC Comprimés aromatisés est une marque de commerce de Novartis AG; Novartis Santé Animale Canada Inc., usager licencié.

© 2010 Novartis Santé Animale Canada Inc.


FORTEKOR®
La vie a plus à offrir

LE VETERINARIUS

Le Veterinarius est publié six fois par année par l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec.

800, avenue Sainte-Anne, bureau 200
Saint-Hyacinthe (Québec) J2S 5G7
Téléphone : 450 774-1427
ou 1 800 267-1427
Télécopieur : 450 774-7635
Courriel : omvq@omvq.qc.ca

Les opinions émises dans cette revue ne reflètent pas nécessairement celles de l'Ordre. La direction se réserve le droit de modifier les articles pour les besoins de la mise en pages en respectant, autant que faire se peut, l'esprit du texte. Toute reproduction de textes est autorisée à la condition de mentionner la source.

Éditeur :
Ordre des médecins vétérinaires du Québec

Rédactrice en chef :
M^{me} Suzie Prince
suzie.prince@omvq.qc.ca

Rédactrice adjointe et correction des textes :
M^{me} Annie Archambault
annie.archambault@omvq.qc.ca

Montage graphique :
M^{me} Maryse Massy
maryse.massy@omvq.qc.ca

Assistance à la rédaction et aux petites annonces :
M^{me} Lyne Richer
lyne.richer@omvq.qc.ca

Collaborateurs :
M^{me} Annie Archambault, Dr Joël Bergeron,
Dre Suzanne Breton, M. Olivier Campbell,
M. André Debray, Dre Caroline de Jaham,
M. Robert Desormeaux, M. Florent Francoeur,
Dr Jean Gauvin, M. Jean-Pierre Lauzier,
M^{me} Solange Lefebvre, Dr Michel Pepin,
M. Michel Perras, M^{me} Suzie Prince,
M. Alain Samson, Dre Geneviève Toupin.

Photo page couverture :
M^{me} Josée Soucy, « Je suis là pour toi!!! »
participante au concours de photo 2011.

ISSN 08291381

Dépôt légal :
Bibliothèque nationale du Québec
2^e trimestre 1995
Envois de publication canadienne
Contrat de vente numéro 400388894

Date de tombée du prochain numéro :
10 mai 2012



Ordre des médecins
vétérinaires du Québec

4 MOT DU PRÉSIDENT

6 MOT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

ACTUALITÉS DE L'ORDRE

- 8 Avis d'élections 2012
- 10 Avis de nomination
- Changements au tableau des membres
- L'Ordre sera représenté lors du Relais pour la vie de Saint-Hyacinthe
- 11 Avis de limitation d'exercice

DOSSIER THÉMATIQUE :

LE SERVICE À LA CLIENTÈLE

- 12 Deux règles pour mieux servir le public
- 15 Quel est votre Indice d'Attraction de votre Clientèle cible (IAC)?
- 16 Comment se faire connaître par l'approche EVA?
- 18 Quel est votre capital de sympathie client (CSC)?
- 20 Fidéliser par la satisfaction des attentes des clients
- 24 Bien servir le public : une responsabilité d'équipe!
- 34 Avez-vous ce qu'il faut pour démarquer votre entreprise?
- 36 Honnêteté et intégrité : des éléments clés de votre réussite

37 BABILLARD DE LA FORMATION CONTINUE

CHRONIQUE ASSURÉMENT VÔTRE

- 40 C'est vous qui savez ce qu'il faut faire

CHRONIQUE RESSOURCES HUMAINES

- 41 L'évaluation du rendement : un outil de premier plan
- 42 Les étapes de l'évaluation du rendement

CHRONIQUE FINANCIÈRE

- 44 Conseils pour voyager en sécurité et l'esprit tranquille

CHRONIQUE AMVQ

- 45 L'AMVQ se précise!

CHRONIQUE ACMV

- 46 L'ACMV établit son programme en fonction de vos besoins

CHRONIQUE ANIMA-QUÉBEC

- 47 Le réseau pour le bien-être des animaux de compagnie : la clé du succès!

ACTUALITÉS DU MONDE VÉTÉRINAIRE

- 48 Première assemblée annuelle de l'AVQMR
- 49 Symposium 2012 des ÉACMV : une réussite!
- 50 Contrôle de la rage au Québec : une responsabilité partagée
- 54 Halal, casher, religion et animaux

PORTRAIT DE MEMBRE

- 56 Hommage au Dr Guy Fitzgerald : 25 ans d'engagement et de passion au service des oiseaux de proie!

59 NOUVELLES PARUTIONS

60 REMERCIEMENTS

61 PETITES ANNONCES

Pratique illégale : enrichir nos interventions

Par Dr Joël Bergeron, m.v., président



Le système professionnel québécois tourne autour d'un concept bien connu, mais pas toujours bien compris : la protection du public. Les raisons justifiant la création d'un ordre professionnel sont clairement établies. Du moment où les privilèges, devoirs et responsabilités des membres sont bien définis, il revient à l'Ordre de voir au res-

pect des lois et règlements. Mais pour que la notion de protection du public prenne tout son sens, l'Ordre doit également veiller à ce que les personnes non autorisées à poser les actes exclusifs soient surveillées.

Historiquement, cette tâche a été déléguée à notre bureau du syndic par le conseil d'administration. Toutefois, il est important de noter que même si plusieurs ordres procèdent de cette façon, ce n'est certes pas le cas pour tous. Il ne s'agit pas d'une directive établie par le *Code des professions*, mais bien d'une décision propre à chaque ordre. Dans notre cas, compte tenu de la taille de l'organisation et de l'expertise développée par les membres du bureau du syndic en matière d'enquête, il s'agissait de la décision la plus logique et pratique.

Il devenait évident que nous devons enrichir nos actions dans ce domaine, tant pour la protection du public que celle des actes réservés à la médecine vétérinaire.

Toutefois, au fil du temps, force est d'admettre que le fardeau de la tâche de notre bureau du syndic s'est décuplé. Le dernier numéro du *Veterinarius* faisait d'ailleurs état du nombre de demandes et d'enquêtes qui doivent être gérées par l'équipe du syndic, et qui n'a cessé d'augmenter au cours des dernières années. Il est important de souligner qu'une partie de cette augmentation reflète une demande accrue de la part de nos membres faisant des « appels préventifs ». Dans nos actions vétérinaires quotidiennes, vaut mieux prévenir que guérir! Et sur ce point, l'appréciation des médecins vétérinaires en regard de la qualité des services du bureau du syndic a été fortement soulignée dans le sondage réalisé l'an dernier pour la préparation de la planification stratégique.

Dans ce même sondage et au cours des rencontres organisées lors de la tournée régionale, plusieurs membres ont néanmoins exprimé leur inquiétude concernant les actions de l'Ordre dans ses démarches de surveillance de la pratique illégale que ce soit la vente de médicaments en animalerie, les conseils de gestion en santé, les médecines alternatives, la dentisterie, etc. Des sujets importants, sur lesquels l'Ordre et le bureau du syndic ont agi à plusieurs reprises. Toutefois, il devenait évident que nous devons enrichir nos actions dans ce domaine, tant pour la protection du public que celle des actes réservés à la médecine vétérinaire.

C'est en tenant compte de ces éléments que les administrateurs ont adopté à l'unanimité, lors de la réunion du conseil d'administration de janvier dernier, une résolution prévoyant l'allocation d'un montant important destiné à la surveillance de la pratique illégale. Il s'agit d'une volonté commune des administrateurs, dans le cadre de la planification stratégique 2011-2015, en réponse aux demandes clairement formulées par les médecins vétérinaires québécois et exprimant notre souci d'assurer la protection du public.

Les administrateurs veilleront à déterminer les priorités d'action en regard de la pratique illégale pour la prochaine année, ainsi que les ressources humaines qui devront être déployées afin de mener à bien nos actions.

PÉNURIE DE MÉDICAMENTS

Au moment d'écrire ces lignes, le monde médical et pharmaceutique fait face à une pénurie de médicaments sans précédent. Nous souhaitons évidemment que la collaboration de tous les intervenants nous permette d'éviter des situations fâcheuses pour nos patients et nos clients. En rétrospective, nous pouvons remarquer que la situation actuelle est l'aboutissement d'un problème annoncé depuis quelques années par la multiplication des produits qui se retrouvaient en rupture temporaire.

À court terme, nous devons donc travailler à développer des alternatives d'approvisionnement et de protocoles selon la disponibilité des produits qui nous permettront de maintenir les soins et les services. Il s'agit d'une période durant laquelle, je l'espère, nous saurons faire preuve d'un mouvement collectif qui ne peut céder sa place aux intérêts individuels. Mais à long terme, il faudra être vigilants et élaborer les mécanismes qui nous permettront de prévenir une telle situation pour tout le secteur de la santé et de la pharmacie. ♦

Pour me joindre : presidence@omvq.qc.ca.



Le chien de tête dans la protection contre les tiques.



Tique occidentale, tique du chevreuil, tique américaine, tique d'Anderson, tique sanguine, tique étoilée d'amérique. K9 advantix® tue les puces et les quatre principales espèces de tiques chez le chien. Et elles n'ont même pas besoin de piquer pour être tuées. K9 advantix® agit au contact dans les 24 heures et continue à prévenir les piqûres et les nouvelles infestations pendant au moins quatre semaines. Comme tous les produits Solutions antiparasitaires de Bayer, K9 advantix® s'intègre à vos protocoles de prévention des parasites. Pour amener vos patients sur le chemin de la bonne santé, communiquez avec votre représentant de Bayer afin d'obtenir une trousse K9 advantix® PetPak^{MC}. Visitez le site BayerParasiteSolutions.ca.

Servir le public : un mandat, une mission et une passion!

Par Suzie Prince, directrice générale et secrétaire



Cher membre,

La présente édition de la revue *Le Veterinarius* intègre un dossier thématique de toute première importance, non seulement pour les établissements vétérinaires, mais également pour l'Ordre : le service à la clientèle.

Servir le client est la raison d'être d'une organisation de services comme la nôtre. L'Ordre doit servir le public, les membres, les médecins vétérinaires formés à l'étranger, les partenaires et les autorités gouvernementales. Chacune de ces clientèles nourrit des attentes différentes envers notre organisation et nous devons les connaître et y répondre.

Le service à la clientèle au sein de l'Ordre est une responsabilité commune et partagée. L'équipe est peu nombreuse et tous les membres de l'équipe sans exception sont en contact direct avec les clients. La qualité du service que nous offrons repose donc sur la capacité de chacune de ces 15 personnes de fournir, jour après jour, un service de la plus haute qualité qui soit. Tous sont en première ligne et la marge d'erreur est très faible. À chaque appel, chacun doit servir rapidement le client avec le maximum d'efficacité, assurer un service de qualité et personnalisé, fournir des conseils et des avis de façon proactive, donner une information juste et complète, faire le suivi des dossiers, etc.

La qualité au sein d'une organisation peut se comparer à une chaîne. Chaque maillon est important et la force de la chaîne réside dans son maillon le plus faible. Nous avons beau déployer tous les efforts possibles lors de l'acte technique, si les maillons en aval ou en amont n'offrent pas le même niveau de service à la clientèle, la satisfaction du client reposera sur son appréciation du maillon

le plus faible. C'est ce point de contact qui influencera le plus son niveau de satisfaction générale. Une attente au téléphone, un accueil froid, le tutoiement de la réceptionniste, une facturation erronée ou un paiement tardif peuvent anéantir les efforts déployés à un autre point de contact. La force de l'équipe prend alors tout son sens. Nous sommes conjointement et solidairement responsables de la qualité du service que nous offrons aux clients.

Nous avons beau déployer tous les efforts possibles lors de l'acte technique, si les maillons en aval ou en amont n'offrent pas le même niveau de service à la clientèle, la satisfaction du client reposera sur son appréciation du maillon le plus faible.

Le service est dispensé par des individus et non par des équipements. L'aspect relationnel du service est donc une composante importante. Si nous voulons offrir un service exceptionnel et que l'innovation soit partie intégrante de la culture de l'organisation, il faut pouvoir compter sur des employés compétents, dynamiques... et heureux! Nous ne pouvons demander aux employés de dépasser les attentes des clients si eux-mêmes ont des attentes non comblées et ne sont pas satisfaits au travail. Une équipe heureuse et unie innove et offre un service de qualité. Avant de veiller à la satisfaction du client, nous devons donc veiller à la satisfaction des gens qui dispensent le service.

En tant qu'ordre professionnel à exercice exclusif qui n'est pas en concurrence comme peut l'être une entreprise privée, il pourrait être tentant de ne pas se remettre constamment en question et de ne pas tenter d'innover. L'inertie et la bureaucratie sont des pièges et des dangers qui nous guettent. Pour y échapper et demeurer une organisation dynamique, novatrice et créatrice de valeur pour nos différentes clientèles, nous devons nous comparer aux meilleures organisations de services au Québec comme ailleurs et

créer nous-mêmes une compétition. Elle est artificielle, je vous le concède, mais ô combien salubre!

En ce début d'avril, toute l'équipe de l'Ordre prépare le tableau de bord de gestion de l'organisation qui découle du plan stratégique 2011-2015. Ce dernier contiendra des indicateurs de performance et des cibles à atteindre pour chacun des Services, basés sur l'évaluation régulière des attentes, des besoins et du taux de satisfaction de nos différentes clientèles. Il importe de créer de la valeur et de s'assurer que nous implantons les pratiques exceptionnelles.

Résultats du sondage effectué en 2011 auprès de tous les membres de l'Ordre concernant la qualité des services offerts par la permanence :

- 98 % des membres considèrent que le service reçu par l'Ordre est courtis
- 95 % des membres considèrent que le service reçu par l'Ordre est attentionné
- 86 % des membres considèrent que le service reçu par l'Ordre est rapide
- 90 % des membres sont d'avis que l'OMVQ est un organisme disponible à ses membres

Voilà des résultats qui reflètent bien le dévouement des employés de l'Ordre.

Vous êtes un client de toute première importance pour l'Ordre et bien vous servir est notre unique préoccupation. Toute l'équipe relève jour après jour, et avec le plus grand bonheur qui soit, le stimulant défi du service à la clientèle. Vos commentaires et vos suggestions d'amélioration sont toujours grandement appréciés et constituent pour nous une occasion de s'améliorer.

Au plaisir de vous servir! ♦

Pour me joindre : suzie.prince@omvq.qc.ca

la promenade quotidienne.

dites plutôt la course,
la randonnée,
la partie de plaisir,
la balade quotidienne.

Pour assurer le retour au jeu des chiens, Pr[®]DERAMAXX[®] (déracoxib) offre la solution à une prise par jour qui soulage la douleur associée à l'arthrose, tous les jours. De fait, davantage de vétérinaires sont d'avis qu'une dose de DERAMAXX offre l'efficacité la plus durable, comparativement aux autres AINS*. C'est aussi le seul comprimé d'AINS dont la plage posologique approuvée permet l'administration de la dose appropriée chez 100 % des chiens pesant 6,3 kg et plus au moyen d'un demi-comprimé ou d'un comprimé complet : c'est ce qu'on appelle une posologie souple et pratique.

*Données internes; question de sondage : « D'après vous, quel est l'AINS offrant l'efficacité par dose la plus durable? »
(Ne constitue pas une indication de l'efficacité globale.)

DERAMAXX est une marque déposée de Novartis AG; Novartis Santé Animale Canada Inc., usager licencié.
© 2012 Novartis Santé Animale Canada Inc.

Pr
Deramaxx[®]
(déracoxib)

Avis d'élections 2012

Par Suzie Prince, secrétaire de l'Ordre

Conformément au *Règlement sur les élections au Conseil d'administration de l'Ordre professionnel des médecins vétérinaires du Québec*, quatre postes d'administrateurs seront en élection cette année, soit deux administrateurs pour représenter la région de Montréal et deux administrateurs pour représenter les régions de la Mauricie, du Centre-du-Québec et de l'Estrie. Chacun de ces mandats est d'une durée de trois ans.

QUATRE POSTES D'ADMINISTRATEURS SONT EN ÉLECTION, SOIT :

- 2 postes dans la région de Montréal;
- 2 postes dans la région de la Mauricie, du Centre-du-Québec et de l'Estrie.

Si votre domicile professionnel est situé dans l'une des régions nommées précédemment, vous recevrez bientôt un avis d'élection et des bulletins de présentation de candidature par **courrier électronique**.

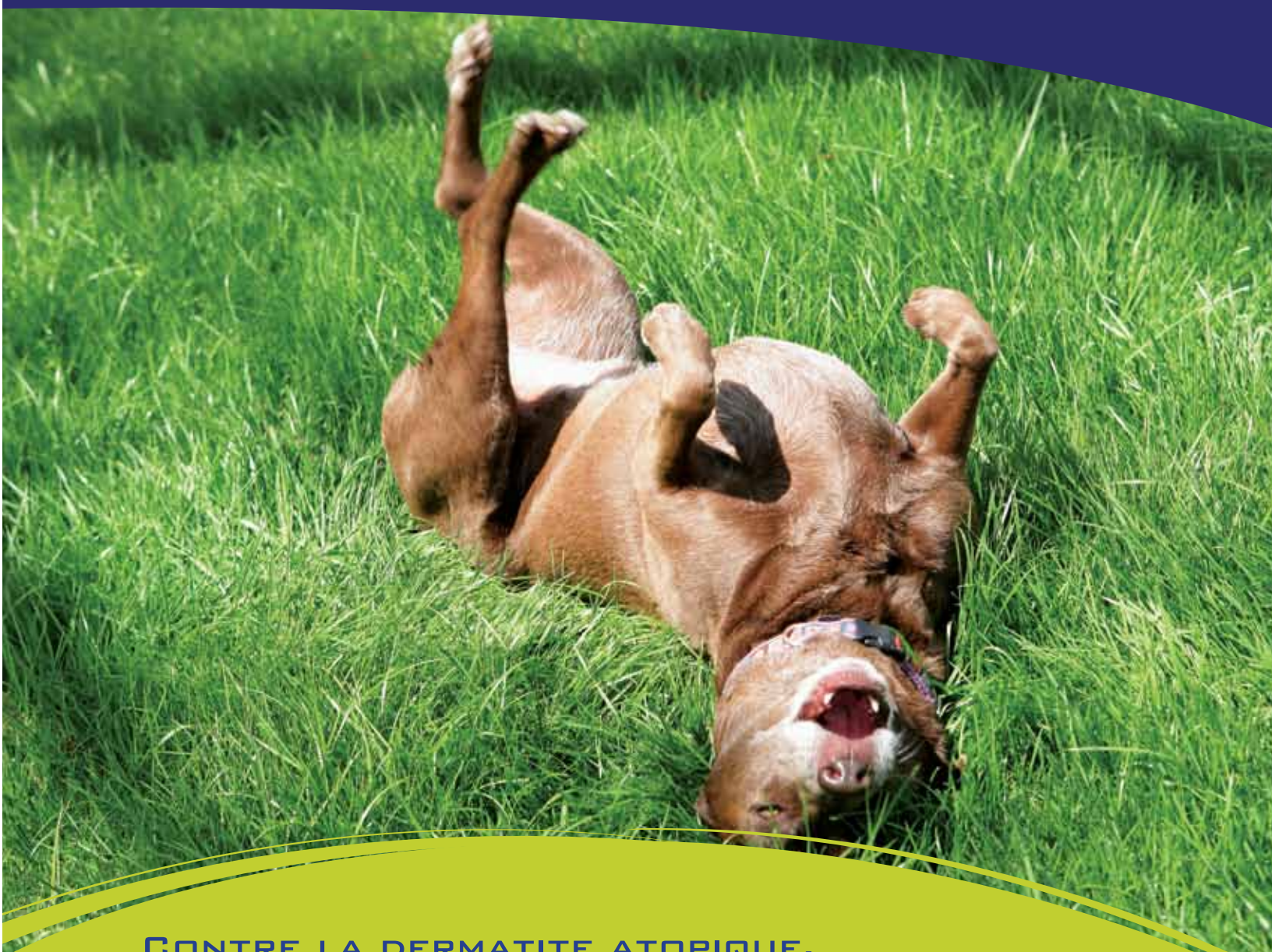
À titre de secrétaire de l'Ordre, je profite de la présente pour inviter chaleureusement tous les membres à prendre part à cet exercice démocratique, à s'impliquer dans la gestion de l'Ordre et à exercer leur droit de vote. ♦



ATTENTION! Cette année, l'avis d'élection sera transmis électroniquement.

CALENDRIER ÉLECTORAL 2012

Activité / Action	Date
Transmission de l'avis électoral par courrier électronique aux membres ayant leur domicile professionnel dans les régions où une élection est prévue.	Entre lundi le 9 avril et lundi le 23 avril 2012
Impression de la liste des membres • Peuvent être candidats dans une région donnée seulement les membres de l'Ordre qui y ont leur domicile professionnel; • Peuvent voter seulement les personnes qui étaient membres de l'Ordre le 45^e jour avant la date fixée pour la clôture du scrutin et le sont demeurés; • Peuvent être candidats seulement les membres de l'Ordre qui sont inscrits au tableau de l'Ordre et dont le droit d'exercer des activités professionnelles n'est pas limité ou suspendu au moins 45 jours avant la date fixée pour la clôture du scrutin.	Lundi 23 avril 2012
Période de mise en candidature	Du 9 avril au 8 mai 2012
Fin de la période de mise en candidature	Mardi 8 mai 2012 à 16 h
Transmission de l'avis, du bulletin de vote, des cv, du formulaire de présentation, de la photo et du programme électoral	Mercredi 23 mai 2012
Période de vote	Du 23 mai 2012 au 7 juin 2012
Date du scrutin	Jeudi 7 juin 2012 à 16 h
Dépouillement du vote	Au plus tard le 18 juin 2012
Entrée en fonction des administrateurs élus	Première réunion du CA suivant la date d'élection et avant l'AGA



**CONTRE LA DERMATITE ATOPIQUE,
LES ANTIHISTAMINIQUES ET LES STÉROÏDES
N'OFFRENT QU'UN SOULAGEMENT SUPERFICIEL.**

TOUT COMME LE GRATTAGE.

Soulagez les démangeaisons à la source avec Atopica®. Il maîtrise la dermatite atopique au niveau des cellules immunitaires, sans les effets indésirables associés à l'usage à long terme de corticostéroïdes ni la somnolence causée par les antihistaminiques. Il est efficace et sûr pour le traitement au long cours. Pour en savoir plus sur les bienfaits d'ATOPICA pour vos patients atopiques, visitez le www.atopica.ca et le www.dermmpodcast.com ou composez le 1-800-387-6325.

Le bien-être, tout simplement

Atopica®
cyclosporine A

Avis de nomination

La directrice générale et secrétaire de l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec, est heureuse d'annoncer les nominations suivantes :



M^{me} Annie Archambault

M^{me} Annie Archambault, coordonnatrice du Service des communications à l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec.

Titulaire d'un baccalauréat en communication de l'Université de Montréal, M^{me} Archambault possède une riche expérience en rédaction et en organisation d'événements corporatifs. Elle occupait, jusqu'à tout récemment, les postes de conseillère marketing et conseillère aux communications externes chez Co-operators, Compagnie d'assurance générale. Elle a également été responsable des communications chez Uniban Canada, coordonnatrice des activités pour la Société canadienne d'hypothèques et de logement et chargée de projet chez Desjardins.

M^{me} Archambault a le mandat de coordonner la production de la revue *Le Veterinarius*, d'organiser la portion logistique du congrès annuel, de soutenir les relations avec les partenaires et les médias et de réaliser le plan de communication soutenant le plan stratégique 2011-2015 de l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec. Elle a débuté ses nouvelles fonctions le 27 février dernier et déjà, toute l'équipe apprécie son dynamisme et sa détermination.



Dre Nathalie Parent, m.v.

Dre Nathalie Parent, syndic correspondant à l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec.

Diplômée de la Faculté de médecine vétérinaire de l'Université de Montréal en 1992, Dre Parent cumule une riche expérience de plus de vingt ans acquise dans le secteur des grands animaux, de l'industrie porcine, de l'ACIA et du MAPAQ. Elle s'est également engagée au sein de l'AMVPQ pendant plusieurs années, notamment à titre de déléguée de la

Mauricie puis de vice-présidente du congrès provincial de 2005. Elle a aussi été chargée de cours au Collège Lanaudière à Joliette et conférencière invitée pour différentes organisations, dont les fédérations locales de l'UPA.

Dynamique et professionnelle, Dre Parent s'est jointe à l'équipe du bureau du syndic le 19 mars dernier, en prévision du départ à la retraite de Dr Jean-Luc Laberge qui est prévu pour le mois de juin prochain.

Changements au tableau des membres

Inscriptions et réinscriptions

3417 Nathalie Bergeron
2009 Jean-Guy Bienvenu
3506 Amélie Blanchet
3708 Caroline Chevalier
2609 Caroline Gagnon
3638 Mélanie Lapierre
3392 Catherine Paré
3053 Katia Saint-Phard
3220 Catherine Tremblay
3319 Patricia Turgeon
3584 Stéphanie Villemaire

Renouvellements de permis temporaire

9306 Sylvain Larrat
9318 Robert Lees
9203 Érika Meler
9343 Franck Ollivier

L'Ordre sera représenté lors du Relais pour la vie de Saint-Hyacinthe



Le 8 juin prochain, dix personnes de l'Ordre marcheront pendant 12 heures dans le cadre du *Relais pour la vie* de la Société canadienne du cancer. Voici les participantes qui, pour l'occasion, ont choisi de se regrouper pour former l'équipe des **VET-AMINES** : Dre Suzanne Breton, capitaine, Dre Sylvie Latour, Dre Sophie

Roy, M^{me} Catherine Berthiaume, Dre Isabelle Lévesque, M^{me} Sylvie Trépanier, Dre Lucie Frenette, M^{me} Maryse Massy, Dre Sonia Voyer et Dre Andrée Lafaille.

Si vous souhaitez encourager les **VET-AMINES**, il suffit de vous rendre sur le site Internet www.relaispourelavie.ca et de sélectionner la province de Québec dans la liste déroulante, puis l'événement de St-Hyacinthe. Cliquez ensuite sur l'onglet « Commanditez un participant – faites une promesse de don », puis tapez le nom d'équipe **VET-AMINES** (n'oubliez pas le trait d'union). Un reçu d'impôt sera émis pour les dons de 10 \$ ou plus. ♦



Le Congrès 2012 de l'Ordre se tiendra du 8 au 10 novembre

à l'Hôtel des Seigneurs de Saint-Hyacinthe

Notez-le dès maintenant à votre agenda!

Surveillez les prochaines éditions de la revue pour plus de détails.



Avis de limitation d'exercice

AVIS est par la présente donné que **Gérard Goulet** (permis 1152), ayant auparavant exercé sa profession de médecin vétérinaire au 675, rue Albert à Rawdon, province de Québec, J0K 1S0, s'est vu limiter l'exercice de sa profession par le conseil d'administration de l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec à compter du 15 février 2012, et ce, en vertu de l'article 55 du *Code des professions* (L.R.Q., c. C-26).

Le comité d'inspection professionnelle de l'Ordre avait recommandé au conseil d'administration l'imposition d'un stage de perfectionnement au Dr Gérard Goulet suite à une inspection particulière sur sa compétence.

Le 28 décembre 2011, Gérard Goulet demandait l'annulation du stage de perfectionnement devant débiter le 9 janvier 2012. Après analyse du dossier et conformément aux dispositions de l'article 55 du *Code des professions*, le 31 janvier 2012, le conseil d'administration de l'Ordre a unanimement convenu de limiter le droit d'exercer les activités professionnelles de Gérard Goulet.

Le présent avis est donné en vertu de l'article 182.9 du Code des professions.

Saint-Hyacinthe, le 17 mars 2012.

Suzie Prince
Secrétaire de l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec

Deux règles pour mieux servir le public

Par Alain Samson, conférencier et formateur spécialiste du marché du travail



Qu'est-ce qui fait qu'un client se déclare satisfait d'un produit ou d'un service? Qu'est-ce qui l'incite à revenir? Qu'est-ce qui l'incite à nous recommander? Sans entrer dans la théorie, il semble qu'il suffise de suivre deux petites règles pour y arriver.

MIEUX GÉRER LES ATTENTES

La première règle, abondamment expliquée dans mon livre *Promettez beaucoup, livrez davantage*, consiste à évaluer les attentes du client à chaque point de contact. Vous ne devriez jamais décevoir, ne serait-ce que sur un aspect anodin de votre pratique.

Vous dites à un client que vous allez le rappeler avant 15 h demain. En fin de compte, vous le rappelez à 15 h 30. Que pensera-t-il de vous? Il sera déçu parce que vous n'avez pas été à la hauteur des attentes que vous avez fait naître en lui.

Vous dites à votre patron que le rapport sera sur son bureau en fin d'avant-midi, mais un imprévu vient bousculer votre agenda et vous livrez finalement le rapport en milieu d'après-midi. Quel impact cela aura-t-il sur votre image professionnelle?

À longueur de journée, nous nous faisons évaluer et, quand nous décevons, c'est souvent parce que nous nous sommes piégés en promettant trop par rapport à ce que nous pouvons effectivement livrer.

Que faut-il en déduire? Premièrement, avant de vous avancer et de promettre quoi que ce soit, assurez-vous que vous serez à la hauteur de vos engagements. Vous vous tirez dans le pied quand vous prenez des engagements que vous ne pourrez pas tenir.

Deuxièmement, prévoyez une plage de temps pour les imprévus. Si vous pensez pouvoir rappeler ce client demain vers 15 h, dites-lui que ce sera à 16 h. De cette manière, vous vous assurez de lui faire plaisir en lui revenant plus tôt que prévu. Vous passez pour une personne efficace en qui on peut avoir confiance.

Troisièmement, si vous réalisez que vous ne serez pas en mesure de tenir un engagement, dites-le le plus rapidement possible afin de modifier les attentes de la personne envers qui vous vous êtes engagé. Dans l'exemple du rapport livré en retard, il aurait fallu que vous disiez en avant-midi à votre patron que les événements se bousculaient et qu'il aurait finalement le rapport en milieu d'après-midi. En agissant ainsi, vous auriez protégé votre réputation de fiabilité.

Les clients sont constamment en train d'évaluer ce que vous faites par rapport à leur niveau d'attente, mais vous avez la capacité de gérer ces attentes afin de vous faire valoir et de surprendre agréablement au lieu de décevoir. La capacité de bien gérer ces attentes aura un impact positif sur votre pratique. Cette première règle vous évitera de perdre des clients servis maladroitement.

SURPRENDRE À L'OCCASION

Mais on peut aller plus loin. Plutôt que de se contenter de les perdre, on peut faire en sorte de fidéliser les clients et de les transformer en ambassadeurs qui parleront de nous en bien.

à d'autres clients potentiels. Pour y arriver, la deuxième règle consiste, de temps à autre, à faire dire *WOW!* aux clients, à activer ce qu'on appelle la tension de réciprocité.

Il existe en effet chez les êtres humains un mécanisme qui fait que, si quelqu'un nous offre quelque chose qui a de la valeur pour nous, nous nous sentons en dette à son égard.

On dit souvent que, si vous faites une faveur à un client, il vous en sera reconnaissant et qu'il reviendra acheter chez vous. En marketing, on appelle ça la fidélisation. Mais ne vous laissez pas bernier : pour qu'une faveur ait un tel impact sur les clients, elle doit présenter trois caractéristiques.

Elle doit tout d'abord avoir de la valeur aux yeux des personnes concernées. Si vous offrez à vos clients des coupons-rabais leur offrant 10 % d'escompte sur un laxatif et qu'ils n'ont pas besoin de ce produit, votre stratégie n'aura qu'un faible impact sur leurs comportements.

Vous trouvez cela simpliste comme conseil? Et pourtant, combien d'entreprises offrent en prime des choses dont les clients ne veulent pas? Combien d'employeurs offrent à leurs employés méritants des récompenses qui, si elles plaisent aux membres de certaines cohortes générationnelles, déplaisent à d'autres?

Faire dire *WOW!* aux clients.

La deuxième caractéristique d'une faveur qui fidélise, c'est l'effet de surprise. La faveur prévisible qu'on obtient à chaque achat, quatre saisons par année, perd rapidement de son impact. Les gens ont besoin d'être surpris. Les employés aussi. Si vos programmes de performance restent les mêmes d'une année à l'autre, la motivation finira par s'émousser.

N'annoncez pas vos petites attentions à l'avance, dans vos publicités. Offrez-les selon l'inspiration du moment. Improvisez-les le plus souvent possible. Laissez-vous aller.

La troisième caractéristique, c'est la personnalisation. Je me souviens d'une cliente qui

collectionnait les figurines de canard. Un hiver, alors que j'étais en vacances au Mexique, je trouve une boutique qui en offrait en verre. J'en ai acheté une pour l'offrir à ma cliente lors de mon retour. Quel plaisir je lui ai fait? Elle m'a engagé à deux reprises depuis. Tout un retour sur investissement étant donné que la figurine m'avait coûté moins de 5 \$. La différence, c'est que je l'avais offerte à la personne la plus susceptible de l'apprécier.

Qu'est-ce qui ferait plaisir aux gens que vous côtoyez chaque jour? Posez-vous la question à longueur de journée. Cela vous permettra de personnaliser vos petites attentions, de prouver à vos clients, collègues ou employés que vous ne donnez pas uniquement en fonction d'un programme, mais que vous pensez à eux. La différence est énorme.

Faites vos marques d'appréciation de manière stratégique. Oubliez les programmes préformattés offerts à tous. Ils vous rapportent une fraction de ce que peuvent vous rapporter les bons gestes, les pensées que vous avez pour les gens qui vous entourent. Ceux-là mêmes qui vous permettent d'atteindre vos objectifs.

Dans les années 60, le service à la clientèle, c'était ce comptoir, dans les magasins de détail, où on ramenait les produits défectueux. C'était également ce client qui, exaspéré, demandait à voir le gérant. Bref, le service, c'était là où on dirigeait les clients que l'on n'avait pas su satisfaire.

Les autres employés ne se sentaient nullement impliqués dans la satisfaction de la clientèle. Il leur suffisait, quand la situation se présentait, de diriger le client vers ce département.

Mieux servir les gens, c'est rendre chacun responsable de leur satisfaction.

Les choses ont changé. La concurrence s'est multipliée. Loin d'être un département, le service à la clientèle doit aujourd'hui être une philosophie de gestion dans laquelle baignent tous les membres de votre organisation. Chacun devrait avoir à cœur de mieux servir et surprendre les clients, ceux qui vous permettent de gagner votre vie, voire de prospérer.

Pour y arriver, contentez-vous de suivre deux règles. Gérez les attentes de manière à ne jamais les décevoir et surprenez-les à l'occasion en leur faisant dire *WOW!* Ne gardez pas ces deux secrets pour vous; partagez-les avec tous les membres de votre équipe. Mieux servir les gens, c'est rendre chacun responsable de leur satisfaction. ♦

Pour joindre l'auteur : info@alainsamson.net



M^{me} Diane Couture, « La Belle et la Bête » participante au concours de photo 2011.

LE MEILLEUR AMI DE VOTRE PORTEFEUILLE

Adhérez au programme financier¹ pour médecins vétérinaires et profitez d'avantages dont vous n'avez même pas idée.

Passez nous voir et vous verrez.

banquedelasante.ca



¹Le programme s'adresse aux professionnels de la santé (médecins, dentistes, médecins vétérinaires, chiropraticiens, podiatres, optométristes et pharmaciens), qui sont citoyens canadiens ou résidents permanents du Canada. Le programme constitue un avantage conféré aux détenteurs de la carte Platine MasterCard de la Banque Nationale. Une preuve de votre statut professionnel vous sera demandée.



Quel est votre Indice d'Attraction de votre Clientèle cible (IAC)?

Par Jean-Pierre Lauzier, conférencier, formateur et expert-conseil, JPL Communications inc.



Les établissements vétérinaires en forte croissance exercent une certaine forme d'attraction envers leur clientèle cible. Ces bureaux, cliniques et hôpitaux vétérinaires sont attirants et cet attrait n'est pas le fruit du hasard. Ces organisations se positionnent dans leur marché respectif pour que leurs clients potentiels communiquent avec eux lorsqu'ils ont besoin de soins pour leurs animaux. C'est beaucoup plus facile de servir un client qui vous a trouvé que de servir un client que vous avez trouvé. Par contre, c'est beaucoup plus exigeant d'être en **mode d'attraction** que d'être dans un **mode d'agression**.

D'après une étude effectuée en 2006 par le Centre de Recherche GfK, il a été démontré qu'en 1970, 67 % des gens accordaient beaucoup d'importance au « bouche-à-oreille » dans leurs achats, alors que, de nos jours, ce pourcentage atteint 92 %. Pendant que vous lisez ce

texte, combien de clients parlent de vous à d'autres clients potentiels en signe de grande satisfaction?

C'est beaucoup plus facile de servir un client qui vous a trouvé que de servir un client que vous avez trouvé.

Prenez la décision dès maintenant d'exécuter des actions qui vous rendront plus attrayant pour vos clients et qui augmenteront votre **IAC**. Rappelez-vous que cet indice n'est pas une destination, mais une route que vous devez emprunter chaque jour.

Voici trois éléments qui élèveront votre IAC, mais vous devez les appliquer tous les jours si vous désirez des résultats solides :

- 1. Développez une volonté ferme et sincère d'aider le client.** Apprenez à bien connaître votre client, son environnement, ses besoins, ses valeurs, ses attentes, sa vie et à bien connaître l'animal ou le troupeau. Vous devez approfondir la relation et tenter de toujours mieux comprendre vos clients et vos patients. Prenez des notes au dossier à cet effet.
- 2. Augmentez votre niveau d'expertise.** Vous devez être un expert dans votre champ d'activités et si vous croyez que cela prendra trop de temps et est trop exigeant, c'est que vous n'êtes plus passionné par la médecine vétérinaire. Appliquez-vous à améliorer vos connaissances et développez votre expertise et vos compétences. Les clients recherchent des experts et des professionnels hautement compétents. Vous devez être à la hauteur.
- 3. Faites-vous un devoir d'obtenir des « WOW » de vos clients.** À chacune de vos interventions avec les clients, trouvez ce que vous devez faire pour obtenir un « WOW » et exécutez-le. Attention de ne pas généraliser, car pour chacun, c'est différent. Après une consultation ou un traitement, vérifiez le taux de satisfaction du client à l'égard de vos services. La réponse que vous obtiendrez sera un autre excellent indicateur de votre **IAC**. ♦

Pour joindre l'auteur : info@jeanpierrelauzier.com



Comment se faire connaître par l'approche EVA?

Par Jean-Pierre Lauzier, conférencier, formateur et expert-conseil, JPL Communications inc.

Voici quelques suggestions basées sur l'approche **EVA** qui, dans un premier temps, permettront à votre clientèle de vous connaître et dans un deuxième temps, contribueront à établir solidement votre notoriété dans votre marché.

1. Écrivez des articles, des bulletins ou des rubriques étalant votre grande expertise tout en tenant compte de procurer de la valeur et de l'aide à vos clients actuels et potentiels. Expédiez vos écrits par courriel, faites-les parvenir à des journaux locaux, à des regroupements d'éleveurs de votre région, à des éditeurs qui pourraient avoir un intérêt à les publier, faites-les imprimer et distribuez-les à vos clients actuels et potentiels, envoyez-les à l'Ordre ou aux associations qui pourraient bénéficier de vos conseils, etc.
2. Faites des représentations publiques, des conférences ou des séminaires, là où il y a une grande concentration de clients potentiels. Vous êtes l'expert, alors informez-les sur les meilleures pratiques en santé animale ou l'impact potentiel sur la santé publique.
3. Obtenez des références de vos clients actuels, car ils sont vos meilleurs ambassadeurs. Si, en vertu de votre expertise, vous les éblouissez par la valeur et l'aide que vous leur apportez, ces

derniers vous recommanderont à plusieurs clients. Demandez-vous toujours, avant et après une intervention auprès de votre client, ce que vous devez faire ou ce que vous auriez dû faire pour que votre client dise « WOW ». Est-ce que vous obtiendrez TOUJOURS des « WOW »? Probablement pas, mais au fil des mois et des ans, en ayant ce genre d'attitude, je vous garantis que votre ratio de « WOW » par client augmentera.

4. Créez des alliances stratégiques avec des personnes qui sont dans une position de recommander vos qualifications. Qui sont les personnes ou les organismes qui font déjà affaire avec votre client? Ayez le courage d'entrer en communication avec eux, car vous pouvez probablement les aider également.
5. Faites du réseautage auprès des associations sociales, positionnez-vous comme un expert en médecine vétérinaire. Impliquez-vous dans votre communauté et tissez des liens. Cela assure votre rayonnement et celui de la profession. ♦

Pour joindre l'auteur : info@jeanpierrelauzier.com



Un ami précieux pour les chiens arthrosiques

L'arthrose est une maladie chronique qui nécessite un traitement continu. Adequan® Canine est un antiarthrosique modifiant l'évolution de la maladie qui supprime les enzymes dégradantes et stimule la réparation du cartilage.

Il maîtrise aussi l'inflammation et favorise la lubrification des articulations, de manière à permettre aux chiens de continuer de faire ce qu'ils aiment par-dessus tout. Communiquez avec votre gestionnaire de territoire Novartis Santé Animale pour en savoir plus.

 **Pr Adequan Canine**
(POLYSULFATE DE GLYCOSAMINOGLYCANE)
La différence entre se sentir mieux & aller mieux.^{MC}

 **NOVARTIS**

® Marque déposée de Luitpold Pharmaceuticals, Inc. utilisée sous licence. ^{MC} Marque de commerce de Luitpold Pharmaceuticals, Inc. utilisée sous licence.
© 2012 Novartis Santé Animale Canada Inc.

QUEL EST VOTRE CAPITAL DE SYMPATHIE CLIENT (CSC)?

Par Jean-Pierre Lauzier, conférencier, formateur et expert-conseil, JPL Communications inc.

La qualité de vos services a une certaine influence sur la croissance de votre établissement vétérinaire, mais l'élément qui fait la plus grande différence entre des résultats ordinaires et exceptionnels, c'est VOUS, c'est-à-dire votre attitude, vos comportements, votre éthique de travail, votre expertise, etc. Pourquoi? Parce que dans le contexte compétitif d'aujourd'hui, le client perçoit peu de différences entre les services offerts sur le marché, il s'ensuit donc qu'il attache une grande importance à la qualité de la relation professionnelle que vous avez avec lui, tous secteurs confondus.

Si la croissance de votre établissement n'est pas à la hauteur de vos aspirations, c'est parce qu'il n'y a pas assez de clients qui ont le désir de faire appel à vous. Ces derniers préfèrent visiter l'établissement de vos consoeurs et confrères parce qu'ils perçoivent qu'ils y seront plus satisfaits et mieux servis. Mais est-ce vraiment le cas? Si la réponse est non, alors vous devez vous faire connaître positivement dans le marché et améliorer la perception que vos clients potentiels ont de vous et de votre organisation. Comment faire?

Vous pouvez faire de la publicité, participer à des activités de réseautage, être actifs dans les médias sociaux tels que Facebook ou LinkedIn, participer à des foires commerciales, procéder à des envois de masse par Internet ou par la poste, etc. Tout cela aidera certainement à améliorer vos résultats, mais il y a un élément qui fera une différence beaucoup plus grande et c'est le Capital de Sympathie Client (CSC).

Qu'est-ce que le CSC? Eh bien, c'est la somme de toutes les actions que vous faites au sein de votre marché afin d'aider sincèrement les gens à obtenir ce qu'ils désirent. Plus vous apportez de la valeur au client à travers votre haut niveau d'expertise, plus votre CSC est grand. En d'autres mots, **votre CSC est l'émotion positive que vous ou votre entreprise générez autant chez vos clients actuels que chez vos clients potentiels et chez tous les gens qui peuvent influencer d'autres personnes dans une décision d'achat de services professionnels.**



Si vos résultats ne sont pas à la hauteur de ce que vous désirez, il y a de fortes chances qu'au cours des années passées, vous n'ayez pas fait beaucoup de dépôts et d'investissements dans votre CSC et que vous ayez probablement été plus un preneur qu'un donneur.

Plus vous apportez de la valeur au client à travers votre haut niveau d'expertise, plus votre CSC est grand.

C'est bien connu, le bouche à oreille est la meilleure publicité que vous pouvez obtenir, car c'est une tierce personne qui travaille pour vous gratuitement. En fait, ce n'est pas gratuit, car vous devez d'abord investir dans votre CSC. Actuellement, combien de personnes parlent de vous positivement et sont prêtes à louer vos services sans que vous leur demandiez? La réponse à cette question est directement reliée à vos résultats.

Pour augmenter votre CSC, vous devez changer, car ce qui vous arrive est le reflet de ce que vous êtes. Pour obtenir ce que vous n'avez jamais eu, vous devez faire ce que vous n'avez jamais fait. Or, changer est l'une des choses les plus difficiles à faire à moins d'être dans une situation de détresse ou de malheur et que le statu quo ne soit plus une option. Alors, réfléchissez en profondeur aux raisons pour lesquelles vous devez changer et mettez-vous dans une situation où le statu quo n'est pas une option.

Vous ne pouvez faire d'emprunt dans votre Capital de Sympathie Client. La seule façon de l'utiliser est d'investir en faisant des dépôts régulièrement. En procédant ainsi, votre pratique croîtra considérablement, surtout à moyen et à long terme. Connaissez-vous une autre approche qui vous apportera des résultats progressifs, permanents et durables? Si la réponse est non, alors, mettez-vous au travail dès maintenant.

Voici quelques idées qui vous permettront d'augmenter votre CSC :

1. **Assurez-vous d'augmenter votre niveau d'expertise tous les jours** : Le client aime faire appel à un expert qui connaît bien la médecine vétérinaire, les nouvelles tendances, les résultats de recherche, les meilleures pratiques, etc., mais il désire surtout traiter avec quelqu'un qui pose beaucoup de questions dans le but de connaître en « profondeur » ses besoins, ses préoccupations, ses défis et ses objectifs. Afin de savoir si votre niveau d'expertise est assez élevé, analysez vos dix dernières consultations; si le prix a été le premier ou le deuxième critère de décision du client, alors c'est un indicateur que votre niveau d'expertise n'apporte pas assez de valeur au client.

Le client aime faire appel à un expert qui connaît bien la médecine vétérinaire, les nouvelles tendances, les résultats de recherche, les meilleures pratiques, etc., mais il désire surtout traiter avec quelqu'un qui pose beaucoup de questions dans le but de connaître en « profondeur » ses besoins, ses préoccupations, ses défis et ses objectifs.

2. **Arrêtez d'alimenter votre ego et pensez à ce que vous pouvez faire pour aider les autres à grandir** : Préférez-vous obtenir d'importants honoraires professionnels plutôt que d'aider votre client? Si vos revenus ont plus d'importance qu'aider le client, alors votre CSC est sûrement très faible. Par contre, si votre objectif consiste à aider le client à prendre la meilleure décision pour lui, pour son animal ou pour son troupeau, alors vous investissez dans votre CSC, et peut-être pouvez-vous en faire davantage à ce niveau, car on peut toujours augmenter son CSC. Plus vous aidez votre client à obtenir ce qu'il désire, plus il parlera de vous positivement et plus votre pratique sera florissante.
3. **Adoptez une attitude d'amélioration continue basée sur la valeur que vous apportez aux clients** : Les personnes qui obtiennent un succès basé strictement sur leurs talents et leur expertise médicale sont très rares. J'assume que vous n'êtes pas de ceux-là et que, pour réussir, vous devez vous améliorer un peu plus chaque jour. Votre développement professionnel et la croissance de votre établissement vétérinaire sont proportionnels à l'accumulation de plusieurs petits progrès quotidiens que vous faites pour vous rapprocher de vos objectifs. C'est ce qui fera une très grande différence dans quelques années. Cette amélioration continue doit toujours se faire en fonction de l'aide que vous apportez au client et de la valeur que cela représente à ses yeux.
4. **Faites régulièrement un petit extra pour le client** : Faites une action à laquelle votre client ne s'attend pas et qui le surprendra positivement. Par exemple, dernièrement, j'ai reçu un appel téléphonique de mon pharmacien qui s'informait de l'efficacité du médicament qu'il m'avait vendu quelques jours auparavant. Cet appel m'a agréablement surpris. Croyez-vous que je vais aller chez un autre pharmacien lorsque j'aurai besoin de médicaments? Certainement pas. En moins d'une minute, le CSC de ce pharmacien a considérablement augmenté à mes yeux. C'est la même chose pour vous. Trouvez des idées qui visent à faire le petit extra qui réjouira vos clients. ♦



Pour joindre l'auteur : info@jeanpierrelauzier.com

Fidéliser par la satisfaction

DES ATTENTES DES CLIENTS

Par Robert Desormeaux, Ph.D., professeur de marketing, HEC Montréal



Pour un établissement vétérinaire, le service peut être un moyen efficace de se différencier avantageusement de la concurrence. Son importance grandissante en marketing reflète l'évolution de la pensée marketing contemporaine, laquelle met maintenant l'accent sur l'établissement et le renforcement de la relation avec le client. Le marketing traditionnel pensait davantage en termes de transactions avec les clients et considérait son rôle pratiquement terminé une fois le premier achat effectué.

La satisfaction d'un client envers un établissement vétérinaire dépend de ce qu'il reçoit réellement de celui-ci, de sa perception de ce qu'il reçoit, de ses attentes et de la comparaison qu'il fait entre ses attentes et ce qu'il perçoit avoir reçu. Si ce qu'il a l'impression d'avoir reçu est conforme ou supérieur à ce qu'il attendait, le client est satisfait ou comblé. Si c'est inférieur, il est insatisfait et déçu.

Satisfaire un client exige de gérer non seulement les expériences réelles qu'il vit dans ses relations avec l'établissement vétérinaire, mais aussi ses attentes envers ces expériences et ses perceptions de ces expériences. Les efforts promotionnels et communicationnels de l'établissement vétérinaire ne doivent pas élever

les attentes des clients à un niveau tel qu'on sera incapable de les satisfaire. On doit gérer les attentes des clients afin qu'elles soient compatibles avec ce qu'on offre.

Les établissements vétérinaires veulent fidéliser leurs clients parce qu'une fidélisation réussie a un impact positif important sur la croissance de la pratique.

Comment fidéliser les clients? Il existe plusieurs stratégies possibles. La plus universelle consiste simplement à satisfaire les attentes des clients, car les clients satisfaits sont beaucoup plus fidèles que les clients insatisfaits. Cela est vrai même si tous les clients satisfaits

Bien satisfaire ses clients afin de les fidéliser est une stratégie simple et efficace, mais difficile, qui demande des efforts continuels à tous les membres de l'entreprise. Pour y arriver, il faut que la direction ait une réelle orientation clientèle et adopte des politiques et des pratiques en conséquence. Malheureusement, même si presque toutes les directions d'établissements vétérinaires s'affichent comme étant orientées clientèle, il s'agit trop souvent d'un vœu pieux qui ne se traduit pas en un nombre suffisant de gestes concrets. Résultat : l'établissement vétérinaire ne satisfait pas vraiment sa clientèle. Il n'est pas étonnant alors que ses clients ne soient pas aussi fidèles qu'il le voudrait.

Les efforts [...] ne doivent pas élever les attentes des clients à un niveau tel qu'on sera incapable de les satisfaire.

ne sont pas fidèles et même si tous les insatisfaits n'abandonnent pas leur fournisseur. Il existe un lien fort entre la satisfaction et la fidélité. Plus un client est satisfait, plus il est fidèle. Ce lien n'est ni automatique, ni linéaire, mais il est réel.

Trop d'entreprises réduisent leur service à la clientèle sous la pression impitoyable d'une orientation uniquement financière à court terme et transforment ainsi leurs clients fidèles en clients infidèles. Ces entreprises décident de moins bien satisfaire leurs clients

afin de réduire leurs coûts et faire ainsi, pensent-elles, plus de profit à court terme. Mais elles sacrifient alors la fidélité de leurs clients et leur rentabilité à long terme.

Satisfaire les attentes des clients les fidélise, comme nous venons de l'affirmer. Mais, alors, vaut-il la peine d'aller plus loin que la satisfaction et de tenter continuellement de dépasser les attentes pour combler, ravir et enchanter les clients afin de les fidéliser encore plus? En théorie, c'est une approche séduisante. Mais, en pratique, dans la majorité des situations, c'est une approche irréaliste qui n'est pas à recommander, à cause des coûts additionnels que cela peut entraîner sans que les clients soient prêts à payer plus et parce que cela finit inéluctablement, avec le temps, par accroître le niveau des attentes des clients, rendant de plus en plus difficile leur satisfaction et encore plus difficile leur dépassement. En pratique, mieux vaut simplement satisfaire.

Les attentes des clients envers le service qu'ils reçoivent de leur médecin vétérinaire varient selon les marchés et les segments. Chaque établissement vétérinaire doit étudier les attentes de ses clientèles cibles actuelles et potentielles pour mieux les comprendre afin de pouvoir les satisfaire. Toutefois, pour l'ensemble des clients, il existe un certain nombre d'attentes générales qu'on retrouve pratiquement dans tous les domaines. **On peut distinguer 19 attentes générales, dont cinq apparaissent fondamentales.**

Les deux premières attentes sont tellement fondamentales qu'on oublie souvent de les mentionner quand on parle de satisfaction des clients; ce sont l'**honnêteté** et la **sécurité**. Le client désire que l'établissement vétérinaire avec qui il fait affaire soit honnête et ne le trompe pas. Il veut aussi qu'il ne mette pas en danger sa sécurité physique, ni sa vie, ni sa santé ou celle de son animal.

Vaut-il la peine d'aller plus loin que la satisfaction et de tenter continuellement de dépasser les attentes pour combler, ravir et enchanter les clients afin de les fidéliser encore plus? En théorie, c'est une approche séduisante. Mais, en pratique, [...] c'est une approche irréaliste qui n'est pas à recommander.

Trois autres attentes sont fondamentales pour la satisfaction du client : la **valeur reçue**, la **fiabilité** et la **qualité**. La valeur reçue représente la dimension économique des attentes des clients. Elle se décline sous deux aspects : la valeur relative et la valeur concurrentielle.

La valeur relative, c'est le rapport entre ce que le client perçoit recevoir de l'établissement vétérinaire et ce qu'il perçoit payer, incluant le montant déboursé et les efforts fournis (temps, déplacement, inconvénients). Pour que cette attente soit satisfaite, il faut que le client perçoive qu'il en reçoit au moins assez par rapport à ce qu'il paie en argent et en efforts. Le client veut en avoir pour son argent.

La valeur concurrentielle, c'est comment le client perçoit la valeur relative de son médecin vétérinaire par rapport à celle des concurrents. Le client veut que son médecin vétérinaire lui donne une valeur relative au moins aussi bonne et, si possible, meilleure que celle que les concurrents lui fourniraient s'il était leur client.

Les deux autres attentes fondamentales sont la **fiabilité** et la **qualité**. Donner un service fiable et de qualité, c'est fournir au client le service requis, dans les délais prescrits, conformément à la promesse implicite ou explicite faite, sans erreur ni oubli ni défaillance, selon les modalités convenues, avec constance dans le niveau de qualité d'une fois à l'autre, peu importe l'employé qui donne le service. La fiabilité et la qualité incluent les notions de respect des engagements, de constance, d'exactitude et de ponctualité. Elles bâtissent

la confiance du client envers l'établissement vétérinaire.

L'importance relative de chacune des 14 autres attentes envers les expériences client varie selon les marchés, les segments et les clients. Ce sont l'accessibilité, la rapidité, la compétence, la courtoisie, l'empressement, la prévenance, l'empathie, la reconnaissance, la discrétion, la flexibilité, la convenance, les conseils, l'équité et le plaisir. Elles concernent presque toutes la dimension relationnelle des expériences client.

L'**accessibilité**, c'est la disponibilité de l'établissement vétérinaire. C'est la facilité pour le client d'entrer en contact avec l'établissement vétérinaire et de trouver aisément la personne ou le médecin vétérinaire en mesure de le servir adéquatement, ou d'obtenir sans effort la réponse ou le service approprié, dans le cas d'une boîte vocale interactive, d'un site Internet ou d'un autre moyen de communication.

Selon les domaines, c'est la **rapidité** totale d'exécution qui importe ou la rapidité de réponse et de prise en charge de la situation, ou les deux. Les exigences envers la rapidité sont de plus en plus élevées à cause des progrès technologiques et du manque de temps des gens. Aujourd'hui, les clients ne sont plus impressionnés par le fait que l'établissement vétérinaire répond adéquatement à une demande ou corrige un problème. **Ce qui fait la différence, c'est la vitesse à laquelle l'équipe agit ou réagit pour les satisfaire.**

Les clients s'attendent à ce que les employés avec qui ils sont en contact soient compétents. Ils jugent en bonne partie cette **compétence** sur la base de la clarté et du bien-fondé des explications et des renseignements fournis.

Pour satisfaire l'attente de la **courtoisie**, il faut appliquer les règles de la politesse, sans artificialité, avec simplicité et naturel, sans familiarité toutefois, surtout si le client et l'employé ne se connaissent pas. Il faut éviter la condescendance, blessante pour le client et la servilité, dévalorisante pour l'employé. Il faut respecter et considérer le client, le traiter avec égard.

Les clients veulent aussi de l'**empressement**, c'est-à-dire qu'on les accueille et qu'on se comporte avec eux de sorte qu'ils se sentent vraiment bienvenus et qu'on leur consacre toute notre attention. Ils veulent faire affaire avec un établissement vétérinaire et des employés visiblement orientés clientèle, heureux de voir des clients.



La **prévenance** consiste à aller au-devant des demandes actuelles explicites du client, à le rendre conscient d'aspects auxquels il n'a pas pensé, à anticiper l'évolution de ses besoins afin de lui éviter des irritants futurs possibles, afin de mieux le satisfaire non seulement maintenant, mais aussi plus tard ou à long terme.

L'**empathie**, c'est la capacité de bien écouter le client et de se mettre à sa place et c'est particulièrement important quand le

Même si l'expérience est désagréable, le client sera satisfait s'il perçoit [...] que l'entreprise s'efforce de la rendre la moins désagréable possible.

client a un problème ou ne comprend pas. Le médecin vétérinaire a l'obligation morale d'être empathique à l'égard de ses clients. La souffrance, l'inquiétude, la peine et le désarroi de l'agriculteur, du client et de toute la famille à qui appartient l'animal doivent être compris et respectés. L'empathie est une compétence de base et les clients s'attendent à ce que le médecin vétérinaire en fasse preuve.

Les clients désirent aussi être reconnus. Ils apprécient qu'on se souvienne de leurs noms, de leurs particularités et de leurs préférences. La **reconnaissance** est encore plus importante auprès des clients qui sont des habitués. Par contre, pour ce qui est de certains services ou

produits à caractère intime ou gênant, il arrive que des clients préfèrent ne pas être reconnus.

L'attente de **discretion** gagne en importance en raison des inquiétudes croissantes des gens envers les bases de données clientèle et le respect de la vie privée. Cet aspect est particulièrement important dans les domaines où les entreprises recueillent des renseignements personnels détaillés sur les clients.

Les clients, pour la plupart, apprécient la **flexibilité**, c'est-à-dire qu'on tienne compte de leurs particularités, préférences et besoins personnels et qu'on s'adapte en conséquence, sans que cela entraîne de frais additionnels importants pour eux.

La **convenance** signifie que les clients s'attendent à ce que l'entreprise leur simplifie la vie, et non le contraire. Pourtant, trop souvent, les entreprises facilitent leur fonctionnement au détriment des clients, par l'établissement de procédures et de conditions qui compliquent la vie des clients.

Les **conseils** sont liés à certaines attentes telles que la prévenance, la compétence, l'adaptation, la simplification, mais il vaut la peine de les distinguer, surtout dans les domaines plus complexes ou nouveaux pour le client où ce dernier manque de connaissances et apprécie qu'on l'oriente.

Les clients veulent recevoir ce à quoi ils ont droit et veulent être traités justement par rapport aux autres clients qui paient le

même montant qu'eux. C'est ce qu'on appelle l'**équité**. Par exemple, un client fidèle n'apprécie pas quand il apprend le plus bas prix offert par l'établissement vétérinaire à ses anciens clients pour les reconquérir.

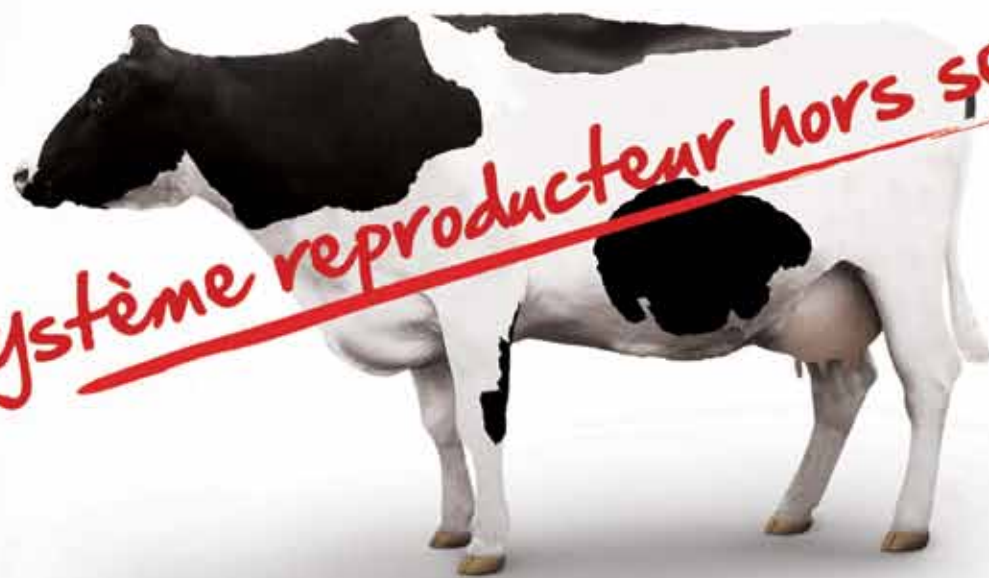
Finalement, les clients aiment éprouver du **plaisir** lors d'une expérience client. Tous les domaines n'ont pas le même potentiel de satisfaction de cette attente. Quand une expérience client est une obligation plutôt qu'un choix, les clients ajustent en conséquence le niveau de leur attente de plaisir. Dans ces cas-là, il n'est pas nécessaire de faire vivre aux clients une expérience amusante, excitante ou stimulante, ni même une expérience agréable. Une expérience non désagréable suffit. Et même si l'expérience est désagréable, le client sera satisfait s'il perçoit qu'elle est moins désagréable que ce à quoi il s'attendait ou que l'entreprise s'efforce de la rendre la moins désagréable possible.

Les attentes envers le service à la clientèle évoluent dans le temps et il faut savoir s'y adapter. À mesure que la technologie se développe, que la concurrence s'améliore et que les clients s'habituent aux expériences client de l'entreprise, ce qui les comblait auparavant peut maintenant seulement les satisfaire et ce qui les satisfaisait peut ne plus les satisfaire. Il faut toujours être à l'écoute des clients pour adapter nos expériences client à l'évolution de leurs attentes. ♦



M^{me} Isabelle Nadeau, « Hymne au lait » participante au concours de photo 2008.

~~Systeme reproducteur hors service~~



RÉDUCTION DU TAUX DE GESTATION' 16%

**DIMINUTION DE LA PROBABILITÉ DE GESTATION
DANS LES 150 PREMIERS JOURS DE LA LACTATION' 31%**

AUGMENTATION DU NOMBRE DE JOURS OUVERTS' 15

L'INFECTION UTÉRINE* NUIT À LA PRODUCTIVITÉ ET ENTRAÎNE DES PERTES FINANCIÈRES IMPORTANTES

METRICURE®:

Le seul produit intra-utérin homologué pour le traitement des endométrites subaiguës et chroniques chez la vache†

L'endométrite compromet la productivité de bon nombre de fermes laitières. Heureusement, vous pouvez aider vos clients à minimiser ces pertes financières grâce à **METRICURE®**.

- **Spectre d'activité ciblé.** Le principe actif de **METRICURE®**, la céphapirine, est efficace contre les principaux agents pathogènes† responsables de l'endométrite – et ce, en une seule administration, dans la plupart des cas.
- **Aucune période de retrait de lait**, ce qui peut contribuer à la rentabilité des élevages de vos clients.

Pour plus d'information, ou pour joindre le service de soutien technique, veuillez composer le **1-888-306-0069**.

**AUCUN
RETRAIT DE LAIT**



1. LeBLANC, S.J. « Postpartum uterine disease and dairy herd reproductive performance: A review. » *The Vet J.*; vol. 176 (2008); p. 102-114.

* Endométrite

† METRICURE® est indiqué pour le traitement des endométrites subaiguës et chroniques chez la vache, causées par *Arcanobacterium* (*Actinomyces*) *pyogenes*, *Fusobacterium necrophorum*, et les souches *Bacteroides* productrices de pigment.

© Marque déposée d'Intervet International B.V., utilisée sous licence par Intervet Canada Corp.

Merck Santé animale, faisant affaire au Canada sous le nom de Intervet Canada Corp., une filiale de Merck & Co., Inc., Whitehouse Station, NJ, É.-U. MERCK est une marque de commerce de Merck Sharp & Dohme Corp., une filiale de Merck & Co., Inc., Whitehouse Station, NJ, É.-U. Copyright © 2011 Intervet International B.V., une filiale de Merck & Co., Inc., Whitehouse Station, NJ, É.-U. Tous droits réservés.



MERCK
Santé animale



Bien servir le public : une responsabilité d'équipe!

Par Suzie Prince, directrice générale et secrétaire de l'Ordre

Tous les professionnels ont l'obligation de fournir des services de grande qualité au public. En médecine vétérinaire, le défi est de taille, car le médecin vétérinaire doit servir à la fois le patient et le client. Il ne s'agit donc pas uniquement d'être compétent du point de vue médical et de prodiguer les meilleurs soins et traitements aux animaux. Il faut également s'assurer d'offrir un service optimal aux clients. Ces derniers méritent l'accueil le plus cordial, courtois et attentif que l'on puisse imaginer.

Ils [les clients] ne veulent plus seulement faire soigner leur animal ou leur troupeau par un médecin vétérinaire hautement compétent; ils veulent également que toute l'expérience soit agréable.

Le service à la clientèle est donc une exigence et un volet de votre pratique auquel vous devez accorder une grande importance. Le client et le patient doivent être au cœur de vos préoccupations et vous devez vous rappeler que leurs attentes, leurs besoins, leur humeur et, par conséquent, leur appréciation de vos services varient dans le temps.

LES ATTENTES DES QUÉBÉCOIS

Les attentes des Québécois à l'égard des services professionnels changent. Le niveau de connaissances de la population augmente et les clients ont accès à plus d'information et sont plus exigeants. Ils ne veulent plus seulement faire soigner leur animal ou leur troupeau par un médecin vétérinaire hautement compétent; ils veulent également que toute l'expérience soit agréable. Ils ne tolèrent plus un

professionnel qui communique mal et auront tendance à changer de médecin vétérinaire s'ils sont déçus de leur expérience à un des points de contact avec l'établissement vétérinaire. À la qualité de l'acte médical doit se greffer un service à la clientèle hors pair.

Un sondage effectué auprès de la population québécoise par la firme SOM, pour le compte de l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec, en janvier 2011, nous indique que **les six principales attentes du public à l'égard des médecins vétérinaires sont les suivantes :**

1. **Qualité des traitements**
2. **Honoraires professionnels abordables**
3. **Médecin vétérinaire compétent**
4. **Soigner et guérir l'animal**
5. **Qualité des explications**
6. **Courtoisie de l'équipe médicale**

La disponibilité du professionnel est également une attente importante de la part du public. En effet, le même sondage nous révèle que pour 73 % des ménages propriétaires d'animaux, il est très (38 %) ou assez (35 %) important que leur médecin vétérinaire offre un service d'urgence. **L'organisation des services d'urgence sur le territoire est donc une attente de la population.** Le médecin vétérinaire doit s'assurer que son client aura accès à des soins dans un délai raisonnable s'il n'est pas en mesure d'offrir directement le service d'urgence. Le client servi à l'occasion d'une situation qu'il juge urgente, même si ce n'est que par le biais d'une conversation téléphonique permettant de lui offrir de l'information ou de le rediriger, le cas échéant, manifestera généralement sa gratitude par une fidélité accrue.

Attentes des Québécois à l'égard des services fournis par les médecins vétérinaires du Québec



En comparaison avec des sondages réalisés au début des années 2000 (sondages à la clientèle réalisés par M. Darren Osborne — OVMA-AMVQ-ACMV), les honoraires professionnels représentent maintenant un critère plus important pour la clientèle. Il devient d'autant plus important d'assurer une qualité de service permettant au client de conclure que son expérience vécue avec le professionnel a été profitable. Le client doit percevoir la valeur du service et avoir le sentiment d'en avoir eu pour son argent. Nous savons que le client a du mal à percevoir la valeur de certains actes médicaux, car il ne possède aucune référence étant donné qu'il ne paie pas les actes médicaux en santé humaine. Le médecin vétérinaire doit donc accorder beaucoup d'importance à la communication avec le client et prendre le temps de bien expliquer les traitements, les coûts, les autres solutions et les risques. Le client appréciera toujours le médecin vétérinaire généreux qui partage de l'information scientifique avec lui.

Le médecin vétérinaire doit [...] accorder beaucoup d'importance à la communication avec le client et prendre le temps de bien expliquer les traitements, les coûts, les autres solutions et les risques.

LE CLIENT ANALYSE CHAQUE POINT DE CONTACT

La satisfaction du client est une expérience globale, une chaîne. Le service professionnel que vous fournissez est constitué d'une multitude de points de contact entre le client et l'établissement vétérinaire et à chaque point de contact correspond un moment critique où le client décide s'il poursuit la relation professionnelle ou non. Chaque point de contact est donc un moment de vérité où le client évalue sa satisfaction. L'ensemble des points de contact constitue l'expérience globale.

Le client évaluera la qualité du service reçu à chaque point de contact avec votre établissement vétérinaire, soit :

- Prise d'appel et prise de rendez-vous
- Stationnement ou arrivée du médecin vétérinaire à la ferme
- Accueil
- Préparation de l'intervention
- Acte médical
- Fin du traitement et départ
- Facturation
- Suivi après l'intervention
- Rappel
- Etc.

Vous devez donc vérifier la qualité du service à la clientèle offert à chacun de ces points de contact. Quels sont ceux où il risque d'être insatisfait? Que pourriez-vous faire pour les améliorer? Le tableau B pourra vous aider à mettre sur pied un processus d'évaluation en équipe.

BIEN SERVIR LE CLIENT EST RENTABLE

L'établissement vétérinaire, comme toute entreprise, retirera d'importants avantages d'un service à la clientèle de qualité. Parmi ces derniers, nous notons :

- Diminution des dépenses de marketing et de publicité nécessaires au recrutement de nouveaux clients. Attirer de nouveaux clients coûte cinq fois plus cher que de conserver des clients satisfaits;
- Accroissement de la clientèle causé par un bouche à oreille favorable;
- Diminution du risque d'affaires;
- Plus grande résistance aux activités concurrentielles, notamment aux guerres de prix;
- Augmentation de la satisfaction de la clientèle qui se répercute sur l'humeur du client (plus souriant, plus tolérant, etc.);
- Diminution des plaintes et situations de travail plus agréables;
- Ambiance de travail positive et courtoise qui augmente le plaisir au travail et qui accroît la santé physique et mentale de tous les membres de l'équipe.

PERDRE UN CLIENT COÛTE TRÈS CHER

Ne pas répondre aux attentes des clients engendre des pertes considérables pour un établissement vétérinaire, comme pour toute entreprise. La perte de clients est dévastatrice. Selon des études, **la non-fidélité des clients représente des pertes pouvant représenter de 15 à 30 % des revenus bruts d'une entreprise. Par ailleurs, il est prouvé qu'il coûte cinq fois plus cher de recruter un nouveau client que d'en conserver un.**

De plus, la perte d'un client entache souvent la réputation de l'établissement. En effet, des études précisent qu'un client insatisfait racontera sa mauvaise expérience à 15 personnes en moyenne, tandis qu'un client satisfait le dira à seulement 3 personnes.

LE SERVICE À LA CLIENTÈLE N'EST PAS UN SERVICE

Le service à la clientèle n'est pas un département au sein de l'établissement vétérinaire, mais bien une responsabilité qui incombe à tous les membres de l'organisation. L'approche client est un des vecteurs de croissance les plus puissants pour une entreprise et doit faire partie de la culture organisationnelle. Toutes les activités de l'organisation doivent s'en inspirer. Ainsi, la mission de l'établissement vétérinaire devra y faire référence, le processus de sélection des employés et

TSA en tiendra compte et les objectifs annuels incluront des cibles pour le service à la clientèle. **L'approche client doit donc être une philosophie de gestion.**

POUR SATISFAIRE LE CLIENT, IL FAUT CONNAÎTRE SES BESOINS ET SES ATTENTES

Pour satisfaire le client, vous devez connaître ses besoins, ses valeurs et ses attentes. Votre clientèle n'est pas homogène et ne forme pas un tout. Elle est constituée de plusieurs segments de marché. Si vous voulez vous différencier par la valeur du service, satisfaire et fidéliser le client, **vous devez segmenter votre clientèle et vous adapter aux besoins des différents segments.**

Vous devez **cerner la personnalité du client** et vous y adapter. Chaque profil a une façon d'entrer en contact avec vous et nourrit des attentes différentes. Comment vous adaptez-vous aux personnes extraverties, introverties, dynamiques, analytiques, expressives, etc. ?

Le service à la clientèle n'est pas un département au sein de l'établissement vétérinaire, mais bien une responsabilité qui incombe à tous les membres de l'organisation.

Vous devez également tenter de **définir rapidement les valeurs des individus**, car elles ont une grande influence sur leurs attentes à l'égard du professionnel et des services fournis. Tenir compte des valeurs des clients et tenter de servir des clients qui partagent nos valeurs est un gage de succès.

Par exemple, l'agriculteur ayant des valeurs familiales très fortes appréciera l'attention que vous accorderez à son fils qui nourrit le veau au moment de votre visite. Faire participer ses adolescents au vêlage et leur expliquer l'acte médical contribuera également à solidifier le lien professionnel.

Ce qui motive un client à faire affaire avec un établissement, c'est le plaisir que cela lui procure. C'est donc dans la relation qu'il tisse avec l'équipe que se trouvera le levier de l'établissement vétérinaire.



C'est bien connu : les gens achètent des gens, bien avant d'acheter des produits ou des services! La croissance de votre pratique repose donc sur la qualité de la relation personnelle que vous et tous les membres de votre équipe tissez avec chacun de vos clients ainsi que sur la confiance qui se développe.

ÊTRE CONSTAMMENT À L'ÉCOUTE DU CLIENT

Nous ne pouvons prétendre connaître les attentes et les besoins du client si nous ne lui avons pas posé de questions. De plus, si nous nous contentons de réaliser un sondage général auprès d'un échantillon de notre clientèle, nous obtiendrons des réponses globales et générales, mais notre segmentation ne sera pas raffinée. Il nous faut donc mettre en place un système d'information qui nous permette d'en apprendre plus sur les attentes et besoins de chaque client. Ce dernier peut être très simple, mais très efficace à la fois. Quelques questions courtes posées systématiquement au cours de la visite annuelle du client nous permettent de mieux positionner nos services, car les attentes et les besoins des clients ne sont pas statiques; ils évoluent dans le temps, comme l'état de santé de nos patients.

Par la suite, nous ne devons pas oublier d'en informer tous les membres de l'équipe. Le service à la clientèle est une affaire d'équipe, une responsabilité partagée tout au long de la chaîne, à chaque maillon, et nous devons faire circuler l'information afin que toute l'équipe puisse s'adapter.

Une fois que nous avons mesuré le degré de satisfaction du client et que ses attentes et ses préférences sont connues, nous devons prendre les mesures appropriées pour influencer sur les résultats incompatibles avec notre mission, nos objectifs.

Pour offrir un service optimal à la clientèle, il faut bien écouter le client et le faire parler. Nous devons être patients, respecter le débit du client, poser des questions, reformuler au besoin et tenter de comprendre les sentiments.

Un bon médecin vétérinaire fait nécessairement preuve d'empathie. Il doit être capable de se mettre à la place de l'autre personne, de percevoir ses émotions et ses sentiments et de capter la vision du monde de l'autre personne.

CE QUI NUIT À L'EMPATHIE :

- Employer des mots ambigus ou un langage trop technique ou trop scientifique;
- Ne penser qu'à sa propre argumentation;
- Suggérer toujours la même démarche;
- Porter des jugements ou faire des critiques;
- Ne pas attendre les interventions de son client;
- Ne pas regarder son client;
- Ne pas tenir compte de la relation affective qui unit le client et le patient;
- Considérer l'animal comme un patient et non comme un membre de la famille du client;
- Ne pas évaluer les connaissances du client;
- Ne pas questionner le client;
- Ne pas se servir de l'expérience du client;
- Avoir une attitude fermée et rigide.

LES PLUS GRANDES SOURCES D'INSATISFACTION DES CLIENTS

Un sondage effectué par l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec auprès de la population québécoise nous révèle que la quasi-totalité des propriétaires d'animaux qui ont déjà fait affaire avec un médecin vétérinaire considère que ce dernier **explique suffisamment** les traitements pour leur animal (96 %) et qu'il les **sensibilise correctement** à l'importance de la santé pour leur animal (97 %). Toutefois, **les principales sources d'insatisfaction qui ont été identifiées sont le manque de compétence perçu, le manque de courtoisie de la part du médecin vétérinaire et du personnel ainsi que le montant des honoraires professionnels, jugé trop élevé.** Le médecin vétérinaire devrait donc toujours s'assurer de prendre le temps d'expliquer les traitements et les solutions de rechange, puis de formuler des recommandations au client.

DÉPASSER LES ATTENTES DU CLIENT POUR LE FIDÉLISER

Quand nous répondons aux attentes du client, ce dernier est satisfait. Toutefois, il en faut plus pour le fidéliser. Pour recommander un professionnel, il faut être plus que satisfait; il faut avoir été séduit, épaté.

Nous devons tenter d'implanter dans nos établissements vétérinaires des processus d'innovation continue en matière de service à la clientèle. En mettant notre personnel à profit, nous pourrions tenter de trouver des idées qui nous permettront de séduire et de surprendre le client et d'anticiper ses besoins. Si nous ne le faisons pas, d'autres établissements le feront.

Le médecin vétérinaire devrait donc toujours s'assurer de prendre le temps d'expliquer les traitements et les solutions de rechange, puis de formuler des recommandations au client.

Voici quelques exemples de gestes qui contribuent à solidifier la relation avec le client :

- Délai plus court que prévu;
- Connaissance du nom du client et de l'historique du patient;
- Référence aux détails de la vie personnelle du client qu'il vous a partagés au cours du dernier rendez-vous (prenez des notes personnelles au dossier pour vous aider). Le client réalisera que vous lui accordez de l'importance et qu'il n'est pas un numéro;
- Suggestion d'autres établissements vétérinaires si vous ne pouvez pas répondre à ses besoins;
- Conseils préventifs;
- Proposition de solutions de rechange;
- Information claire sur la disponibilité pour les traitements d'urgence;
- Etc.

L'approche client vise à déterminer les besoins particuliers du client afin d'y répondre de la façon la plus adéquate possible.

AMÉLIORATION CONTINUE EN ÉQUIPE

La tenue de réunions au cours desquelles des mécanismes permettant aux membres de l'équipe de déterminer des pistes d'amélioration du service à la clientèle est de toute première importance. Au cours de ce

processus d'amélioration continue, les membres de l'équipe pourront décrire une situation où ils n'ont pas été en mesure de répondre correctement à une question d'un client, identifier une situation récente où l'un d'eux a été témoin d'un mauvais service à la clientèle, etc. En équipe, ils pourront trouver des solutions.

GESTION DES PLAINTES

Nous ne pouvons servir la clientèle sans avoir à gérer des situations difficiles, négocier avec des clients mécontents et gérer des plaintes. L'être humain, dans toute sa complexité et son individualité, réagit aux diverses provocations extérieures. Les tensions sont alors inévitables.

Si le vieil adage dit qu'un client insatisfait à sa première expérience est presque toujours un client perdu, force est de constater que vous pouvez tout de même réussir à le conserver, mais vous devrez redoubler d'efforts.

La majorité des clients insatisfaits ne le disent pas. Selon les résultats d'études, seulement 25 % d'entre eux vous l'exprimeront. Les autres, soit 75 %, changeront de professionnel sans en glisser un mot. Un client insatisfait est donc une occasion à ne pas manquer pour vous améliorer et vous devez remercier ce dernier de se plaindre. Plutôt que de maugréer contre un client qui a déposé une plainte contre vous, saisissez l'occasion de revoir vos façons de faire en équipe. Il y a quatre fois plus d'insatisfaction que ce qui vous est directement exprimé. Les plaintes sont donc précieuses, car elles permettent à l'établissement vétérinaire d'améliorer ses services et d'évoluer.

Un client insatisfait informe dix personnes en moyenne. La résolution rapide de l'insatisfaction vous permet donc de limiter les dégâts et nous notons qu'une telle pratique qui favorise le client accroît le taux de fidélité de ce dernier de 10 %. Les études indiquent aussi que la loyauté d'un client insatisfait qui a obtenu réparation est supérieure à celle d'un client qui n'a pas vécu d'insatisfaction. La gestion des plaintes est donc une occasion de choix pour démontrer au client votre professionnalisme. Vous devez détecter les insatisfactions même lorsqu'elles ne sont pas exprimées officiellement et la gestion des plaintes doit figurer parmi les priorités de l'équipe. Vous avez une dernière chance de bien faire, de vous démarquer.

La majorité des clients insatisfaits ne le disent pas. Selon les résultats d'études, seulement 25 % d'entre eux vous l'exprimeront.

Si le client ne dépose pas de plainte, il est difficile d'intervenir. L'équipe devra alors porter une attention toute particulière au langage non verbal de la clientèle. Relevez les signes non verbaux qui dénotent une insatisfaction de la part du client et demeurez sensibles aux comportements que peut présenter un client insatisfait. Enfin, demandez à chaque client s'il est pleinement satisfait. Ce simple geste vous permettra sans doute d'éviter de perdre des clients et vous donnera l'occasion de gérer et de répondre à leurs attentes.

VOICI QUELQUES CONSEILS POUR BIEN GÉRER LES PLAINTES ET LES CLIENTS MÉCONTENTES :

- Désamorcez la charge émotionnelle avant de vous attaquer au problème. Laissez le client raconter son histoire et ne lui coupez pas la parole;
- Évitez d'interrompre un client agressif. Pour calmer une telle personne, dites-lui, dès qu'elle a exposé son grief : « Je m'excuse du contretemps », « Je comprends votre mécontentement »;
- Silence, c'est le temps d'écouter!
- Ne cherchez pas de coupable et soyez en mode solution;
- Au cours de la conversation, ne blâmez jamais un autre membre du personnel, un concurrent ou la politique de votre entreprise, même en dernier recours;
- Écoutez patiemment, ne renchérissez pas sur le même ton. Ne vous emportez jamais;
- Ne discutez pas ou ne niez pas l'existence d'un problème;
- Posez des questions, clarifiez et reformulez le problème en essayant de comprendre la cause de l'agressivité;
- Baissez le ton si le client s'emporte et parlez de façon plus calme que d'habitude;
- Faites preuve d'empathie;
- Prenez des notes;
- Soyez sérieux, les farces sont des ennemies;
- Gardez le contact et évitez de rediriger le client. Laissez-le décrire la situation et prenez des notes;
- Ne touchez pas au client. Tout contact physique, même bienveillant, indispose grandement un client en colère;
- Laissez-le finir ses phrases;
- Appréciez le fait que la personne se donne la peine de vous faire part de son insatisfaction et dites-lui;
- Interprétez la situation comme une occasion pour vous et votre équipe de s'améliorer;
- Ne le prenez pas personnellement et ne vous mettez pas sur la défensive;
- Faites preuve de considération et montrez de l'intérêt;
- Présentez des excuses si vous avez commis une erreur;
- Ne faites pas de promesse que vous ne pourriez pas honorer;
- Tentez de résoudre le problème et proposez des solutions. Faites savoir à l'individu mécontent ce que vous pouvez faire pour lui venir en aide;
- Tentez de trouver une solution acceptable pour les deux parties (gagnant-gagnant);
- Dans le cas d'un litige à teneur financière avec un client, vous pouvez lui proposer une conciliation des frais et suggérer une compensation sous forme de services ou en argent. Toutefois, si votre client croit que vous avez fait une erreur médicale et que vous êtes responsable du sinistre qui entraîne des frais supplémentaires à payer pour soigner son animal, vous ne devez pas accepter d'emblée la responsabilité liée à une faute envers votre client. Vous devez plutôt informer le client de son recours possible de réclamer les dommages encourus. Il n'a qu'à formuler une demande d'indemnisation transmise au médecin vétérinaire et ce dernier a le devoir d'en avertir son assureur et l'Ordre. C'est la compagnie d'assurance qui décidera de la responsabilité par l'analyse des actes posés et du montant de la compensation offerte au client;
- Résumez ses propos à la fin;
- Remerciez le client à la fin et excusez-vous de nouveau;
- Informez-vous du degré de satisfaction du client quelque temps après l'échange.

Tableau A : Méthodes d'évaluation de la qualité du service à la clientèle

Différentes méthodes permettent aux entreprises de mesurer la qualité de leur service auprès de leurs clients. Un établissement vétérinaire devrait combiner une, deux, voire trois méthodes afin d'obtenir un constat annuellement. Voici un tableau résumant ces méthodes :

Méthode	Description	Avantages	Inconvénients
La gestion des plaintes	Enregistre les plaintes formulées par les clients, puis les traite.	Permet d'apporter des mesures correctives.	Les clients qui se plaignent ne constituent pas un échantillon représentatif.
La fiche de commentaires	Fiche comportant un certain nombre de questions fermées et ouvertes que le client est invité à remplir.	Cette méthode permet d'enregistrer les points faibles et les points forts du service ainsi que les suggestions.	Puisque cette fiche est laissée au bon vouloir de la clientèle, le pourcentage de réponses est plutôt faible. La majorité des commentaires proviennent de clients très satisfaits ou très insatisfaits.
Le client mystère	Utilisé dans les grandes entreprises et les commerces. Service offert par des firmes, mais une connaissance peut le faire. Sous le couvert de l'anonymat, la personne joue le rôle d'un client.	Permet de mesurer différents éléments clés du service à la clientèle dans un contexte réel.	L'évaluation peut être biaisée par les observations subjectives du client mystère. Les employés peuvent se sentir piégés et surveillés.
Le sondage (papier, téléphonique, en ligne)	Utilise un échantillon représentatif de la clientèle, pris de façon aléatoire.	Permet de diagnostiquer les forces et les faiblesses et d'explorer la perception de la clientèle à l'égard de l'établissement et de la concurrence.	Coûts élevés, mais résultats pertinents et valides. Marge d'erreur faible si la quantité de répondants est importante.

Tableau B : Aide-mémoire pour l'évaluation des points de contact pour les membres de l'équipe

Point de contact	Éléments à vérifier par les membres de l'équipe
Prise d'appel et prise de rendez-vous	Dès les premières minutes de la conversation téléphonique, le client s'est déjà fait une opinion du genre d'entreprise avec qui il fait affaire. Le demandeur portera un jugement à la seule façon dont vous aurez répondu au téléphone. C'est souvent la réceptionniste qui établit le premier contact avec la clientèle et qui projette la première image de l'établissement vétérinaire. Vous devez accorder une attention toute particulière à cette personne et vous assurer que le niveau de service offert correspond à vos attentes. Ce premier contact favorisera la rétention d'un client potentiel ou l'éloignera sans même que vous en ayez eu connaissance. Considérer que la personne ou le service téléphonique que vous mandatez n'ont simplement qu'à prendre des messages et à vous transférer les appels est une erreur. Ces personnes jouent un rôle de toute première importance pour votre organisation. La personne qui accueille ou reçoit les appels doit transmettre rapidement une image positive de l'établissement vétérinaire, et ce, dès le premier contact. Elle doit offrir un accueil chaleureux et humain et toujours être très polie, courtoise, patiente et diplomate. Assurez-vous que les personnes qui sont au premier point de contact du client avec l'établissement comprennent bien vos services et peuvent répondre aux questions de base les plus courantes. Voici quelques conseils utiles pour les membres de l'équipe qui répondent au téléphone : • Souriez quand vous parlez pour que les gens puissent entendre un sourire dans votre voix; • Ayez une voix sereine et expressive; • Soyez capable de manifester à la fois intérêt et désir de rendre service; • Démontrez que vous écoutez; • Parlez clairement et de façon à être compris; • Employez un vocabulaire précis et soyez clair dans vos questions comme dans vos réponses; • Soyez naturel, poli, aimable et faites toujours preuve de courtoisie; • Évitez de manger, d'écrire à l'aide d'un clavier et de faire autre chose en écoutant le client; • Évitez de faire patienter le client et répondez sans délai. Répondre immédiatement est une marque de courtoisie. On devrait toujours répondre à la première ou la deuxième sonnerie. Plus votre téléphone sonne, plus votre interlocuteur s'impatiente; • Prenez en note le nom du client rapidement et nommez-le au cours de l'échange téléphonique afin de personnaliser le service; • Interrompez la conversation le moins possible. Les clients n'aiment pas que la conversation soit interrompue plus d'une fois. Attention à la prise d'appels successive; • Répondez à tous vos messages dans la même journée; • L'utilisation de la messagerie vocale est indispensable. Enregistrez des messages clairs et informez vos clients de vos heures d'ouvertures et des procédures pour les services d'urgence. Le client doit savoir avec qui communiquer en tout temps.
Signalisation	Le client ne doit pas éprouver de difficulté à trouver votre établissement vétérinaire. • Assurez-vous que votre enseigne et votre adresse sont assez visibles pour permettre à vos clients de trouver rapidement votre établissement; • Inscrivez votre établissement vétérinaire dans les annuaires et répertoires en formats papier et électronique, de façon à ce que les clients puissent vous joindre facilement; • Inscrivez vos heures d'ouvertures sur la porte de l'établissement.
Stationnement ou arrivée du médecin vétérinaire à la ferme	Le stationnement ou l'arrivée à la ferme constitue le deuxième point de contact. L'accessibilité est un facteur auquel le public accorde de l'importance. • Assurez-vous que vous disposez d'assez d'espace de stationnement pour faciliter l'accès à votre établissement, que ce dernier est sécuritaire, bien déneigé et bien éclairé en soirée; • L'édifice et les lieux doivent inspirer confiance et démontrer le professionnalisme de l'établissement; • L'édifice doit être facilement accessible pour les animaux, personnes handicapées, personnes âgées et enfants; • La porte d'entrée ne doit pas être lourde et difficile à ouvrir pour les clients ayant des animaux en laisse.

Point de contact	Éléments à vérifier par les membres de l'équipe
Stationnement ou arrivée du médecin vétérinaire à la ferme (suite)	Pour le médecin vétérinaire travaillant dans le secteur des grands animaux ou des grandes populations, au moment de l'arrivée à la ferme, ce dernier doit : • Être prudent, ne pas rouler trop vite et faire attention aux animaux et aux humains qui circulent sur la ferme; • Garer son véhicule à un endroit qui ne gêne pas les allées et venues des autres intervenants (inséminateur, représentant, camion de livraison ou de collecte du lait, etc.). Tous ont droit de se garer près des bâtiments; • Garer son véhicule à reculons de façon à pouvoir repartir de l'avant, permettant ainsi de mieux voir la présence d'un vélo, d'un jouet, d'un animal ou d'un enfant autour du véhicule; • Être souriant et prêt à faire le travail dès son arrivée sur la ferme, surtout en cas d'urgence; • Être déjà vêtu de sa salopette et de ses bottes de travail, car cela envoie le message que le médecin vétérinaire est prêt et souhaite travailler. Se mettre rapidement au travail sécurise et ravit le client; • Se présenter et s'informer des attentes du client et des aires de la maison, soit l'emplacement pour garer le véhicule, le bureau et l'endroit pour laver ses équipements et ses bottes au moment du départ, s'il s'agit de la première visite du médecin vétérinaire chez ce client; • Être propre et prévoir des vêtements de rechange afin de repartir aussi propre qu'à l'arrivée; • Appliquer les principes de biosécurité à la ferme de façon rigoureuse; • Adopter des méthodes de travail permettant de respecter les principes de biosécurité. Ainsi, porter des survêtements propres que vous dépliiez devant les clients, éviter de traîner une valise, laisser ses instruments dans son camion et apporter uniquement ce qui est nécessaire au traitement. Il est important d'éviter toute forme de contamination et tout ce qui pourrait devenir un vecteur de transmission de maladies; • Éviter de déposer ses effets professionnels (coffre, valise, etc.) à proximité du fumier pour éviter tout contact; • Conserver sa valise, son coffre et son camion propres et à l'ordre en tout temps; • Opter pour le port de bottes jetables ou désinfecter ses bottes à l'arrivée et au départ de la ferme; • Laver ses mains à l'arrivée, après le traitement et avant de préparer la facture; • Garder les lieux dans le même état que lorsqu'il est arrivé.
Accueil	Le premier contact avec le client est très important. Votre établissement vétérinaire doit être bien tenu, propre, au goût du jour et refléter la qualité. Un établissement défraîchi ou un véhicule mal entretenu laisseront une impression douteuse au client, même si les actes médicaux qui y sont posés sont de grande qualité. De plus, une attention particulière doit être portée au client. Dès son entrée dans l'établissement vétérinaire, la réceptionniste doit l'accueillir chaleureusement. Si elle est au téléphone, elle doit créer un contact visuel avec lui et exprimer qu'elle sera avec lui dans quelques minutes. Si le client se présente avant l'heure, la réceptionniste doit tenter de rendre l'attente agréable et faire sentir au client que sa présence ne gêne pas. À cet égard, elle peut lui présenter des livres et des revues spécialisés traitant de la race de son animal, des jeux-questionnaires pour mesurer ses connaissances sur la santé de son animal, etc. • Regardez le client droit dans les yeux et portez sur lui un regard bienveillant. Accueillez-le à l'aide de commentaires plaisants et faites un « vrai » sourire; • Accueillez les visiteurs par leur nom, si possible; • Le vouvoiement est de mise avec les clients et témoigne du respect à son égard. Le tutoiement ne devrait être permis que sur invitation du client; • Maintenez le hall de réception en bon ordre, confortable et accueillant; • Assurez-vous que vos diplômes, votre permis de pratique, votre <i>Code de déontologie</i> et le <i>Règlement sur la procédure de conciliation et d'arbitrage des comptes</i> sont visibles pour le client; • Prévoyez un espace pour les enfants avec une table et des jeux ainsi qu'un espace pour la lecture de magazines et des livres traitant des animaux; • Respectez les principes de biosécurité et intervenez avec tact auprès de la clientèle à cet effet. Expliquez à la clientèle les principes de base et évitez les interactions entre les patients potentiellement malades dans la salle d'attente; • Offrez du café, des échantillons, etc.; • Prévoyez assez d'espace et de chaises pour que les clients et les patients soient confortables; • Accordez une attention particulière à la tenue vestimentaire de toute l'équipe, car cette dernière reflète le professionnalisme de votre équipe; • Le personnel doit être disposé à servir le client et les employés doivent éviter de parler entre eux pendant que le client attend; • À la ferme, à l'arrivée à l'étable, les clients aimeront que le médecin vétérinaire et son équipe soient calmes et respectueux de l'environnement sonore de l'étable, évitant ainsi de perturber les animaux.



DÉPASSER VOS ATTENTES
EST « DE SÉRIE »

Travailler en équipe pour une valeur ajoutée

Le programme **Partners in Reproduction™** va au-delà des produits de reproduction bovine éprouvés de Merck Santé animale auxquels vous faites confiance. Il offre également **des ressources et des services de soutien précieux** pour vous, pour vos clients et pour l'ensemble de l'industrie laitière.

Lorsque nous unissons nos efforts, les succès se multiplient.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec votre représentant de Merck Santé animale.



Estrumate® est une marque déposée de Schering-Plough Animal Health Corporation, utilisée sous licence.

Merck Santé animale, faisant affaire au Canada sous le nom de Intervet Canada Corp., une filiale de Merck & Co., Inc., Whitehouse Station, NJ, É.-U.
MERCK est une marque de commerce de Merck Sharp & Dohme Corp., une filiale de Merck & Co., Inc., Whitehouse Station, NJ, É.-U.
Copyright © 2011 Intervet International B.V., une filiale de Merck & Co., Inc., Whitehouse Station, NJ, É.-U. Tous droits réservés.

EST001-11F-AD



MERCK
Santé animale

Point de contact	Éléments à vérifier par les membres de l'équipe
Préparation de l'intervention	Le médecin vétérinaire discutera du problème ou de la raison de la consultation avec le client. Il doit recueillir toute l'information possible et communiquer au client tous les renseignements utiles. Le client a besoin que vous lui expliquiez les traitements, les procédures, les solutions de rechange, les risques et les coûts. La distinction entre l'obligation de moyen et de résultat doit être expliquée. Le client doit autoriser en toute connaissance de cause les traitements en ayant pris en considération toute l'information. Il doit avoir reçu un devis et toute l'information doit être consignée au dossier.
Acte médical	- Les clients recherchent des professionnels compétents. Vous devez donc exercer une médecine de haut niveau, respecter les règles de l'art et les normes de pratique. - Les protocoles utilisés en chirurgie sont très importants et doivent être respectés dans tous les secteurs de pratique. - À la ferme, le client remarquera rapidement l'utilisation d'un champ chirurgical, la précision du rasage ou de la désinfection, le port d'une blouse chirurgicale et de gants ainsi que leur état, la propreté du coffre de chirurgie, etc. - Les aiguilles réutilisables sont d'une époque révolue. Les seringues jetables souillées doivent être disposées selon les normes. Dans le secteur des grands animaux ou des grandes populations, les seringues ne doivent jamais retourner dans le camion.
Fin du traitement et départ	- La fin du traitement est une étape importante. Le client ne doit pas se sentir bousculé et vous devez répondre à toutes ses questions. Vous devez lui expliquer les procédures et lui accorder du temps pour éviter des plaintes de sa part. Prenez le temps de communiquer avec lui. Remerciez-le et dites-lui que vous l'appréciez. - Vous devez annoncer vous-mêmes les mauvaises nouvelles aux clients. Ne délégez jamais cette tâche à votre équipe. Le client s'attend à ce que ce soit son médecin vétérinaire qui lui annonce la mauvaise nouvelle et lui explique les circonstances. Prenez le temps de bien le faire. Si votre horaire ne vous permet pas d'accorder tout le temps requis, donnez au moins un rendez-vous téléphonique au client pour lui fournir toutes les explications requises et répondre à ses questions.
Facturation	La facturation est un autre point de contact avec le client. Elle doit s'effectuer rapidement et être exempte d'erreurs. Elle doit être conforme aux ententes prises avec le client. Vous pouvez expliquer les modalités de paiement également.
Suivi après l'intervention	- Faites un suivi après le traitement avec le client afin de solidifier la relation professionnelle et de démontrer votre professionnalisme. - Utilisez les technologies afin de faire un suivi rapide à votre client après le traitement. Surprenez-le en lui transmettant un bref compte rendu ou des photos de l'animal sur son téléphone intelligent, sa tablette électronique ou par messagerie électronique.
Rappel	Le rappel annuel est une occasion de reprendre contact.
Site Internet et publicité	Le site Internet et la publicité de l'entreprise doivent refléter son professionnalisme et répondre rapidement aux besoins des clients. Vos coordonnées et votre expertise doivent être en évidence.

Complément d'information disponible en ligne!

Si vous souhaitez vérifier où se situe votre équipe en ce qui concerne le service à la clientèle, visitez la section réservée aux membres du site Internet de l'Ordre et sélectionnez l'onglet « Formulaires ». Vous y trouverez un quiz à l'intention des membres du personnel.

Remerciements aux Dr Simon Verge et Dr André Trépanier pour la révision du texte et son enrichissement pour le secteur des grands animaux.

Références :

- CHAPUT, Jean-Marc, *À la recherche de l'humain*, Éditions Quebecor, 2007, 272 p.
- CHEVALIER, Claude et Lilia Selhi, *Communiquer pour mieux interagir en affaires*, Gaëtan Morin éditeur, 2008, 252 p.
- DOBIECKI, Bernard, *Communication des entreprises et des organisations*, Éditions Ellipses, 1996, 160 p.
- DUBUC, Yvan, *La passion client : visez l'excellence du service*, Les Éditions Transcontinental, Fondation de l'entrepreneurship, 1993, 208 p.
- LACOMBE, Daniel et Jocelyn Pinet, *Accroître la qualité du service à la clientèle : un guide pratique*, 2^e édition, Éditions Stratégie, 1995, 124 p.
- MOREL, Philippe, *La communication d'entreprise*, 3^e édition, Éditions Vuibert, 2005, 125 p.
- ORGOGOZO, Isabelle, *L'entreprise communicante*, Éditions d'Organisation, 1998, 424 p.
- PAQUIN, Benoît et Normand Turgeon, *Les entreprises de services, une approche client gagnante*, Les Éditions Transcontinental, Montréal, 1998, 427 p.
- PASTOR, Pierre et Richard BRÉARD, *Gestion des conflits : la communication à l'épreuve*, 2^e édition, Éditions Liaisons, 2004, 210 p.
- SOLDOW, Gary S. et Gloria P. Thomas, Rolland G. Plamondon (adaptateur), *La vente professionnelle*, Saint-Laurent, Éditions du Renouveau Pédagogique, 1993, 626 p.
- ROCK, Gilbert et Marie-Josée Ledoux, *Le service à la clientèle*, Éditions du Renouveau Pédagogique, 2006, 350 p.
- SAMSON, Alain, *Promettez beaucoup, livrez davantage*, Les Éditions Transcontinental, collection Entreprendre, 2004, 156 p.
- SAMSON, Alain, *Faites sonner la caisse !!!*, Les Éditions Transcontinental, Fondation de l'entrepreneurship, 1995, 210 p.



Votre fidèle **partenaire**

**MONDOU EST FIÈRE D'APPUYER
LES INTERVENANTS EN MÉDECINE
VÉTÉRINAIRE, AINSI QUE LES DIFFÉRENTS
PROGRAMMES QU'ILS METTENT DE L'AVANT.**

Ordre des médecins vétérinaires du Québec
Association des médecins vétérinaires du Québec
Association des techniciens en santé animale du Québec
Faculté de médecine vétérinaire

- Clinique des animaux des jeunes dans la rue
- Le Refuge
- Initiation au Leadership Vétérinaire
- Alimentation des chats et des chiens d'enseignement
- Aménagement de l'enclos des chiens d'enseignement
- Employeur d'étudiants en médecine vétérinaire / TSA**
- Programme coupe-griffes (travail et bourses)

Notre engagement: ne pas vendre d'animaux

Avez-vous ce qu'il faut pour démarquer votre entreprise?

Par Michel Perras, président du groupe Motivation Performance Plus

L'approche client consiste à se démarquer auprès de sa clientèle. Faire comme tout le monde, ce n'est pas être distinctif, même si vous le faites très bien. Les entreprises qui se démarquent l'ont toutes compris. Pour se démarquer, il faut se doter d'une personnalité distinctive et l'appliquer.

Je pense à la SAQ qui même en position de monopole devient dans son industrie un exemple à suivre à travers le monde grâce à la passion de ses conseillers et le désir de vous faire découvrir de nouvelles saveurs ou région.

Que feriez-vous, par exemple, pour vous démarquer dans le domaine de l'aviation? *Southwest Airlines* a osé et a gagné. Cette entreprise de la grosseur d'Air Alma en 1971 est devenue aujourd'hui un exemple non seulement pour son industrie, mais aussi pour les Américains qui la place en tête de liste des entreprises les plus admirées. Imaginez, vous êtes bien assis dans votre fauteuil dans un jet régional de 30 places et l'appareil se prépare au décollage. Après que l'agent de bord, qui avec sa carrure de joueur de football en ait fait rire plus d'un à cause de sa difficulté à se mouvoir dans ce petit jet régional vous ait expliqué avec beaucoup d'humour les mesures de sécurité à bord de l'appareil, le

capitaine vous indique que la température à destination est de 18 °C avec une brisure dans les nuages, mais ne vous en faites pas, le tout sera réparé avant l'atterrissage. De plus, il vous indique que personne ne vous aime, vous et votre argent, autant que *Southwest Airlines*.

Faire comme tout le monde, ce n'est pas être distinctif, même si vous le faites très bien.

Aujourd'hui, *Southwest Airlines* procède à la sélection du personnel avec l'aide des clients de l'entreprise. La question à laquelle doivent répondre les clients consultés est la suivante : « Cet employé potentiel est-il assez drôle pour représenter *Southwest Airlines*? ».

Plus récemment, les *Apple Stores* ont vu le jour avec une formule complètement différente de ce que l'on connaissait dans le domaine du détail. Résultat : leur personnalité de chef de file en innovation ne cesse de s'accroître auprès du grand public.

MAINTENIR DES STANDARDS DE QUALITÉ TRÈS ÉLEVÉS

En premier lieu, si votre objectif est de maintenir un bon service à la clientèle, vous devriez garder vos standards très élevés. Pour ce faire, voici ce que vous devez vérifier :

Comment répondez-vous au téléphone?

Votre professionnalisme passe d'abord par la qualité de l'accueil au téléphone.

Dans quel délai retournez-vous les appels?

Un délai trop long vous fera perdre à coup sûr l'estime du client. L'animal est de plus en plus perçu comme un membre de la famille et tout symptôme de maladie est souvent très inquiétant pour votre client.

De quelle façon accueillez-vous le client?

L'appellez-vous par son nom, prenez-vous le temps d'établir le contact avec lui, d'aller voir son animal, de le mettre à l'aise, de lui offrir quelque chose à boire si vous l'accueillez dans votre établissement? Dans la salle d'attente, y a-t-il des revues sur autre chose que votre spécialité? Indiquez-vous le temps d'attente au client? Faites-vous attendre indûment les clients en leur donnant des rendez-vous trop rapprochés?

Votre site Internet reflète-t-il le professionnalisme de votre clinique?

Pour les nouveaux clients, le site Internet est souvent le premier contact avec votre établissement. C'est votre vitrine. Assurez-vous que votre site soit au goût du jour. Le client fait souvent son choix uniquement sur la première impression qu'il a de votre commerce.

De quelles façons adaptez-vous votre service aux clients difficiles?

Un client difficile peut représenter le meilleur levier pour améliorer votre service. Les critiques formulées par celui-ci peuvent être justifiées et souvent dues à une grande insécurité. Servez-vous-en pour améliorer votre service et encadrer davantage vos clients s'il y a lieu.



Quel genre de suivi faites-vous après une consultation ou une chirurgie?

Le client va toujours apprécier que l'on se préoccupe du bien-être de son animal suite à une intervention.

DÉPASSER LE STADE DU BON SERVICE

Maintenant, si vous voulez vraiment vous démarquer et dépasser le stade du bon service à la clientèle, vous devez faire preuve d'audace, de créativité, de confiance et surtout de constance puisque ce sont des qualités essentielles si on aspire à ne pas être comme tout le monde. Évidemment, votre but n'est pas de réinventer la roue, mais simplement de donner une personnalité à votre commerce qui séduira votre clientèle et qui maximisera la passion de votre équipe.

Si vous voulez vraiment vous démarquer et dépasser le stade du bon service à la clientèle, vous devez faire preuve d'audace, de créativité, de confiance et surtout de constance.

Voici la démarche que je vous suggère pour mettre en place cette approche :

1. Définir de façon très claire avec votre équipe ce que vous souhaiteriez que vos clients perçoivent lorsqu'ils décident de choisir votre établissement vétérinaire.

Cette étape est très importante puisqu'elle détermine votre but à atteindre auprès de vos clients, un client à la fois. Si, par exemple, vous souhaitez devenir et être reconnu comme étant l'établissement vétérinaire le plus humain de votre région, définissez avec vos employés comment vous pouvez revoir votre façon de faire pour développer cette perception chez vos clients.

2. Assurez-vous que votre équipe est enthousiasmée par la direction que vous avez définie et déterminez avec eux de quelle façon ils comptent améliorer leur approche afin de développer cette perception.
3. Établissez les repères vous permettant de mesurer votre progression vers l'objectif que vous vous êtes donné.
4. Identifiez au moins deux actions avec votre équipe qui seront appliquées immédiatement afin d'aller dans cette direction.
5. Faites un bilan hebdomadaire avec votre équipe. Une règle à suivre : 80 % de positivisme, 20 % de constructif. Chaque bilan devrait être suivi d'un point à améliorer. Si vous suivez cette règle, en 1 an, 52 points d'amélioration seront implantés, rien de moins. Le suivi hebdomadaire permet de faire en sorte que chacun soit responsabilisé et impliqué dans une approche qui met votre client au centre de vos préoccupations.
6. Impliquez toute votre équipe dans le processus d'amélioration en sollicitant leurs idées et en encourageant la mise en action de celles-ci.

En mettant en place cette façon de faire, vous prenez une orientation qui vous projetera au rang de chef de file dans votre domaine. La passion et l'engagement seront alors au rendez-vous puisque ce sont les idées de votre équipe qui seront mises en place. De plus, atteindre un but qui se traduit de façon positive auprès de votre clientèle ne peut qu'avoir un effet extrêmement positif à tout point de vue. ♦

Pour joindre l'auteur : info@mp-plus.com



Honnêteté et intégrité : des éléments clés de votre réussite

Par Jean-Pierre Lauzier, conférencier, formateur et expert-conseil, JPL Communications inc.

L'honnêteté et l'intégrité sont des valeurs essentielles assurant le succès d'un professionnel et d'une organisation. Le client s'attend à faire affaire avec un professionnel droit, honnête et intègre. En fait, c'est la meilleure façon, pour toute organisation, d'obtenir du succès à long terme. Plus vos règles de conduite sont exemplaires, que ce soit avec votre famille, dans votre communauté ou à votre travail, plus les gens vous font confiance. C'est votre haut niveau d'honnêteté et d'intégrité qui inspire le respect. Ce sont les bases qui permettront d'établir la confiance avec vos clients ou avec quiconque.

L'honnêteté et l'intégrité sont des valeurs fondamentales qui doivent dicter nos vies professionnelles et personnelles. Avec nos enfants, si nous ne sommes pas droits et francs, autant dans nos paroles que dans nos actions, ils s'opposeront naturellement à notre comportement mensonger, car ils ont un sens poussé de la morale. Et si nous persistons dans cette voie, ils perdront graduellement confiance en nous.

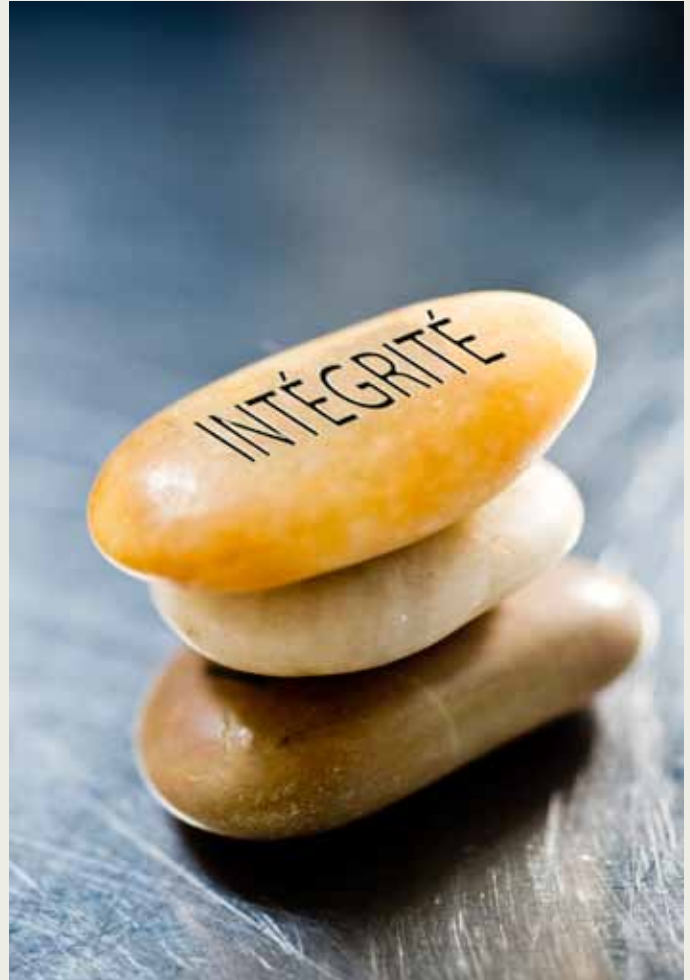
C'est votre haut niveau d'honnêteté et d'intégrité qui inspire le respect.

Chaque printemps, je me présente chez mon boucher pour acheter, en un seul gros morceau, tout un quartier de bœuf. Je choisis le morceau qui me convient, je le paye à l'avance et je donne mes préférences de coupes. Le lendemain, je vais chercher mes steaks qui sont débités et prêts pour la cuisson. Combien de steaks me reste-t-il après que mon boucher eut enlevé les os et le gras? Comment puis-je être assuré qu'il ne me manque aucun steak? C'est difficile à dire pour quelqu'un qui, comme moi, ne connaît pas le métier de boucher. Je ne peux que me fier sur son honnêteté et son intégrité.

Supposons que, dans les jours qui suivent, alors que j'effectue une autre visite dans ce même commerce, le téléphone sonne. J'entends le patron qui enjoint à son employé de répondre en lui précisant : « Dis que je ne suis pas là, que je vais arriver dans une heure ». Étant témoin d'un mensonge de sa part, un doute sur ses valeurs morales s'installera dans mon esprit et la confiance que j'ai en mon boucher diminuera.

Vos clients testent constamment votre droiture et s'ils ont le moindre doute, ils n'hésiteront pas à ne plus traiter avec vous, sans que vous sachiez pourquoi. Vous ne pouvez leurrer quiconque, même si c'est peu important. Quelles que soient les raisons, il est inconcevable que vous ayez à dire des mensonges à un client ou à une autre personne. Efforcez-vous de toujours respecter un haut niveau de moralité, peu importe les conséquences. Il est possible que vous soyez perdant à court terme, mais vous en sortirez gagnant à long terme. ♦

Pour joindre l'auteur : info@jeanpierrelauzier.com



Vos clients testent constamment votre droiture et s'ils ont le moindre doute, ils n'hésiteront pas à ne plus traiter avec vous.

Date et lieu	Événement	Organisme et informations
MAI 2012		
Las Vegas, Nevada	Ateliers offerts en mai • Radiologie thoracique • Radiologie diagnostique • Focus sur la médecine féline	Western Veterinary Conference (WVC) à l'Oquendo Center T : 702 739-6698 ou 866 800-7326 F : 702 739-6420 info@wvc.org · www.oquendocenter.org Pour plus de renseignements sur chacun des ateliers, visitez le site Internet.
Sites variés	Séminaires offerts en mai • Maladies du système respiratoire (Nouvelle-Orléans) • Les 24 premières heures : urgentologie et chirurgie (Chicago) • Urgentologie (voyage au Pérou et Machu Picchu) • Médecine féline (Philadelphie) • Médecine et chirurgie félines (Santa Fe)	International Veterinary Seminars (IVS) T : 800 487-5650 F : 408 972-1038 info@ivseminars.com · www.ivseminars.com Pour plus de renseignements sur chacun des séminaires, consultez le site Internet.
Du 6 au 9 mai St-Pete Beach, Floride	Forum annuel	American College of Laboratory Animal Medicine (ACLAM) www.aclam.org/forum
Le 10 mai Saint-Hyacinthe, Québec	Atelier de travail Hématologie Dr Christian Bédard	Service de formation continue de la FMV T : 450 773-8521 poste 8282 F : 450 778-8132 diane.lussier@umontreal.ca · www.medvet.umontreal.ca/etudes/FormationContinue.html
Du 16 au 19 mai Parc Natura Viva de Bussolengo, Vérone, Italie	Conférence internationale 2012 sur les maladies des animaux de zoo et de la faune	Institut Leibniz pour la recherche sur les animaux de Zoo et de la faune (IZW) et l'Association européenne des vétérinaires de zoo et de la faune (EAZWV) T : (+49) 30-5168108 · F : (+49) 30-5126104 2012@zoovet-conference.org · www.zoovet-conference.org
Du 20 au 25 mai Orlando, Floride	Ateliers offerts en mai • Médecine comportementale • Analgésie multimodale • Neurologie pour les neurophobes • Chirurgie orthopédique : le genou • Dentisterie • Chirurgie, urgentologie et soins intensifs • Chirurgie générale • Techniques d'échographie	North American Veterinary Conference Institute (NAVC) T : 800 756-3446 · F : 352 375-4145 info@navc.com · www.tnavc.org/institute Pour plus de renseignements sur chacun des ateliers, consultez le site Internet.
Du 30 mai au 2 juin Nouvelle-Orléans, Louisiane	Congrès annuel	American College of Veterinary Internal Medicine (ACVIM) T : 800 245-9081 ou 303 231-9933 F : 303 231-0880 ACVIM@ACVIM.org · www.acvim.org
JUIN 2012		
Las Vegas, Nevada	Ateliers offerts en juin • Comportement animal • Endoscopie • Chirurgie orthopédique • Reconstruction de plaies • Échographie abdominale de base	Western Veterinary Conference (WVC) à l'Oquendo Center T : 702 739-6698 ou 866 800-7326 F : 702 739-6420 info@wvc.org · www.oquendocenter.org Pour plus de renseignements sur chacun des ateliers, visitez le site Internet.
Sites variés	Séminaires offerts en juin • Médecine féline (Vancouver) • Gestion de différentes conditions en médecine interne (Maui, Hawaii)	International Veterinary Seminars (IVS) T : 800 487-5650 F : 408 972-1038 info@ivseminars.com · www.ivseminars.com Pour plus de renseignements sur chacun des séminaires, consultez le site Internet.
Du 2 au 5 juin Vancouver, Colombie-Britannique	Symposium annuel	Association canadienne pour la science des animaux de laboratoire (ACSA) http://symposium.calas-acsal.org
Du 3 au 8 juin Lisbonne, Portugal	Congrès mondial de buiatrie	Association portugaise de buiatrie et l'Association mondiale de buiatrie www.wbc-2012.com

Date et lieu	Événement	Organisme et informations
JUIN 2012		
Du 5 au 7 juin Saskatoon, Saskatchewan	Symposium international sur le bien-être animal des bovins de boucherie	Western College of Veterinary Medicine de l'Université de la Saskatchewan conference@beefwelfare2012.ca · www.beefwelfare2012.ca
Du 10 au 13 juin Jeju, Corée	Congrès international	International Pig Veterinary Society (IPVS) ipvs2012@insession.co.kr · www.ipvs2012.kr
Du 11 au 15 juin Guelph, Ontario	Séminaire en épidémiologie géographique	Centre for Open Learning and Educational Support (COLES) - Université de Guelph T : 519 767-5000 info@coles.uoguelph.ca http://www.coles.uoguelph.ca/offerings/program.aspx?PID=92
Du 28 juin au 1er juillet San Francisco, Californie	Congrès annuel pour tous les secteurs d'activité	Pacific Veterinary Conference T : 800 655-2862 · F : 916 646-9156 info@pacvet.net · www.pacvet.net
JUILLET 2012		
Las Vegas, Nevada	Ateliers offerts en juillet - Concepts d'anesthésie en urgéto-logie et soins intensifs - Chirurgie des tissus mous	Western Veterinary Conference (WVC) à l'Oquendo Center T : 702 739-6698 ou 866 800-7326 F : 702 739-6420 info@wvc.org · www.oquendocenter.org Pour plus de renseignements sur chacun des ateliers, visitez le site Internet.
Sites variés	Séminaires offerts en juillet - Ophtalmologie et dermatologie : les yeux, les oreilles et le prurit (Jackson Hole) - Maladies du système respiratoire (Myrtle Beach)	International Veterinary Seminars (IVS) T : 800 487-5650 · F : 408 972-1038 info@ivseminars.com · www.ivseminars.com Pour plus de renseignements sur chacun des séminaires, visitez le site Internet.
Du 5 au 7 juillet Barcelone, Espagne	Congrès annuel	European College of Veterinary Surgeons (ECVS) www.ecvs.org
Du 11 au 14 juillet Montréal, Québec	Congrès annuel	Association canadienne des médecins vétérinaires (ACMV) T : 613-236-1162 · F : 613-236-9681 admin@cvma-acmv.org www.veterinairesauCanada.net/professional-convention.aspx
Du 22 au 24 juillet Oklahoma City, Oklahoma	Focus sur les boiteries du membre postérieur	American Association of Equine Practitioners (AAEP) T : 859-233-0147 · F : 859-233-1968 aaepoffice@aaep.org · www.aaep.org
Du 22 au 27 juillet Lyon, France	Congrès international conjoint Convergence en faune sauvage	Wildlife Disease Association (WDA) et European Wildlife Disease Association (EWDA) T : 800 627-0326 (WDA) http://wda2012.vetagro-sup.fr
Du 24 au 28 juillet Vancouver, Colombie-Britannique	Congrès mondial en dermatologie vétérinaire	Association mondiale de dermatologie vétérinaire www.vetdermvancouver.com
Du 28 au 31 juillet Davis, Californie	Focus sur l'imagerie médicale : échographie musculosquelettique	American Association of Equine Practitioners (AAEP) T : 859-233-0147 · F : 859-233-1968 aaepoffice@aaep.org · www.aaep.org
Du 28 juillet au 2 août Vancouver, Colombie-Britannique	Congrès	International Congress for Animal Reproduction (ICAR) conjoint avec l'American Association of Applied Animal Andrology (AAAA) icarreg@advance-group.com · www.icar2012.com/8
AOÛT 2012		
Du 3 au 7 août San Diego, Californie	Congrès annuel	American Veterinary Medical Association (AVMA) T : 800 248-2862 · F : 847 925-1329 convention@avma.org www.avmaconvention.org/avma12/public/enter.aspx

TOUS LES SECTEURS D'ACTIVITÉ

- Médecine interne : **du 6 au 8 septembre**, l'*European College of Veterinary Internal Medicine* (ECVIM) vous propose son congrès annuel à Maastricht au Pays-Bas. Pour plus d'information, visitez le www.ecvim-ca.org
- Chirurgie : **du 1^{er} au 3 novembre**, l'*American College of Veterinary Surgeons* (ACVS) vous invite à son congrès annuel pour y rencontrer les spécialistes, à Washington DC. Pour plus d'information, visitez le www.acvs.org

ÉQUINS

L'*American Association of Equine Practitioners* (AAEP) présente ses événements Focus :

- **du 7 au 10 août** : symposium de dentisterie à College Station au Texas;
- **du 6 au 8 septembre** : symposium d'ophtalmologie à Raleigh, en Caroline du Nord

ou alors participez au congrès annuel de l'AAEP qui aura lieu du 1^{er} au 5 décembre à Anaheim, en Californie.

Pour plus d'information, visitez le www.aap.org

GRANDS ANIMAUX

- **Du 6 au 8 septembre**, l'Association Européenne de Transfert d'Embryon vous invite à Saint-Malo, en France, pour participer à son congrès annuel. Pour information, visitez www.aete.eu/meetings.php
- **Du 13 au 15 septembre**, participez au congrès conjoint de l'Association canadienne de transfert d'embryon et de l'*American Embryo Transfer Association* qui aura lieu à Winnipeg, au Manitoba. Pour plus d'information, visitez le www.ceta.ca/convention.htm
- **Du 20 au 22 septembre**, les praticiens du Québec sont attendus en grand nombre à Montréal, au congrès de l'*American Association of Bovine Practitioners* (AABP) qui se joint à l'*American Association of Small Ruminants Practitioners* (AASRP). C'est un événement à ne pas manquer. Pour consulter le programme scientifique complet, visitez le www.aabp.org/meeting/default.asp

ANIMAUX DE COMPAGNIE

Félins : l'*American Association of Feline Practitioners* (AAFP) vous invite à son congrès qui aura lieu **du 20 au 23 septembre** à Seattle. Les sujets abordés seront la chirurgie, la dermatologie et les médecines complémentaires. Pour information, visitez le www.catvets.com

EXOTIQUES

Du 11 au 15 août, participez au congrès annuel de l'*Association of Avian Veterinarians* (AAV) qui aura lieu à Louisville, au Kentucky. Le programme offrira du contenu scientifique pour les praticiens du domaine de toutes les espèces exotiques en général et du domaine des oiseaux exotiques. Pour plus d'information, visitez le www.conferenceoffice.com/aaav



FORMATION MULTIMÉDIA EN LIGNE : LES BASES DE L'ÉCHOGRAPHIE ABDOMINALE DU CHIEN ET DU CHAT

Marc-André d'Anjou, DMV, DACVR, vous convie à une expérience multimédia durant laquelle vous apprendrez à maîtriser les principaux concepts nécessaires à l'utilisation cohérente de l'échographie en pratique des animaux de compagnie.

- Enseignement des concepts de base à l'aide de centaines d'illustrations, images et vidéos échographiques et animations 3D;
- Accès en ligne au contenu en haute définition, notes de cours et quiz;
- 5 heures de formation continue reconnues par l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec avec la réussite de l'examen.

Pour obtenir plus d'information et visionner gratuitement le clip « Les Surrénales », visitez le www.medvet.umontreal.ca/etudes/formationcontinue/echographie

C'est vous qui savez ce qu'il faut faire

Par André Debray, en collaboration avec l'Ordre et La Capitale assurances générales



Dans le cours de votre pratique, il peut y avoir des situations pour lesquelles le propriétaire de l'animal se trouve devant un choix que lui seul doit assumer. **Dans de tels cas, le médecin vétérinaire doit bien informer son client des alternatives existantes et des conséquences possibles propres à chaque décision.** Prenons un exemple que nous avons choisi dans le domaine des grands animaux, où la valeur économique de l'animal est très souvent un enjeu dans la prise de décision.

Une vache a un problème digestif, soit une dilatation de la caillette du côté droit. Occasionnellement, la caillette peut se remettre en place toute seule, mais les chances sont minimes. Lors d'un diagnostic de déplacement de caillette à droite, l'intervention chirurgicale effectuée rapidement offre les meilleures chances de succès. Le médecin vétérinaire propose donc à son client d'effectuer une abomasopexie afin d'éviter toute rechute ou complication ultérieure.

C'est le choix du client et il doit être respecté; c'est à lui que revient la décision et il doit l'assumer. Mais dans ce cas-ci, le médecin vétérinaire devra s'assurer qu'il a expliqué tous les tenants et aboutissants au client afin qu'il puisse prendre sa décision en toute connaissance de cause.

Parce que l'éleveur sait que cela peut occasionnellement se replacer sans intervention, et qu'il ne veut pas payer les coûts qu'entraînerait une telle chirurgie, il peut avoir tendance à refuser l'intervention chirurgicale recommandée en déclarant, par exemple : « Pour l'instant, puisque les signes cliniques ne sont pas très sévères, je préfère l'observer et attendre 24 à 48 heures pour voir si cela se replace tout seul. »

C'est le choix du client et il doit être respecté; c'est à lui que revient la décision et il doit l'assumer. Mais dans ce cas-ci, le médecin vétérinaire devra s'assurer qu'il a expliqué tous les tenants et aboutissants au client afin qu'il puisse prendre sa décision en toute connaissance de cause. Le client devrait donc être prévenu du risque de détérioration de l'état général de l'animal si une chirurgie devenait nécessaire ultérieurement, du risque de volvulus de la caillette et de complications circulatoires importantes ou de la prolongation de la période nécessaire à la convalescence et de pertes économiques associées, etc. L'intervention peut alors être plus compliquée et plus coûteuse. Elle pourra certes réussir, mais l'animal pourra aussi décéder des suites de l'opération.

Si des complications surviennent après l'attente pourtant demandée par le client, ce dernier pourrait reprocher au médecin vétérinaire de n'avoir pas été suffisamment informé sur les conséquences pour la vie de l'animal ou sur les coûts supplémentaires encourus. Dans un cas semblable, le client peut tenter d'obtenir dédommagement ou compensation par l'assureur en déposant une réclamation en responsabilité professionnelle contre le médecin vétérinaire. Quel comportement adopter pour faire face adéquatement à une telle situation?

Vous ne devez pas aller dans le sens du client si vous estimez que ce n'est pas la meilleure solution pour l'animal. Vous devez, au contraire, tout en respectant la décision du client, rester ferme quant à votre position. C'est vous le professionnel; vos recommandations sont basées sur des éléments factuels qui vous ont permis de poser un diagnostic.

De plus, il est essentiel de noter dans le dossier de l'animal les recommandations que vous avez faites suite à votre diagnostic, la décision du client et ses raisons. Nous en profitons ici pour faire un rappel de la position du comité d'inspection professionnelle (CIP) relativement à la tenue de dossier dans le domaine des grands animaux :

Extrait de la dernière édition du *Veterinarius* du mois de février 2012 :

« [...] dans le domaine des grands animaux, le médecin vétérinaire doit :

- remplir adéquatement et complètement la facture ASAQ;
- consigner certains détails sur une annexe pour justifier le diagnostic, l'intervention, le traitement ou toute autre information pertinente, en particulier pour les cas plus complexes ou pouvant avoir une mauvaise évolution; la facture ASAQ seule n'est pas suffisante comme tenue de dossier dans ces cas. »

Il est essentiel de noter dans le dossier de l'animal les recommandations que vous avez faites suite à votre diagnostic, la décision du client et ses raisons.

Ces précautions pourront vous éviter bien des contretemps en cas de réclamation dans un cas comme celui que nous vous avons présenté ci-dessus. ♦

L'évaluation du rendement : un outil de premier plan

Par Florent Francoeur, CRHA, président-directeur général de l'Ordre des conseillers en ressources humaines agréés



Les premiers mois de l'année coïncident généralement avec une tâche souvent redoutée par bien des gestionnaires : l'évaluation du rendement. Pourtant, cet exercice est une occasion en or de planifier non seulement la main-d'œuvre, mais aussi les promotions, la formation et les augmentations salariales. Comment faire pour que l'évaluation du rendement s'avère une expérience positive tant pour le travailleur que pour le gestionnaire et l'entreprise? Voici quelques conseils.

OUTIL DE MOBILISATION ET DE DÉVELOPPEMENT

Dans une perspective de fidélisation de la main-d'œuvre, vous devriez envisager la rencontre d'évaluation du rendement comme un moment idéal pour donner une rétroaction à votre employé. Cette rencontre vous permet en effet de mesurer la progression de votre employé vers l'atteinte des objectifs qui lui ont été fixés ainsi que sa réponse à vos attentes.

Pour un gestionnaire, l'évaluation du rendement, c'est aussi un bon moment pour apprécier les savoirs et les compétences des membres de son équipe. En la réalisant, vous serez en mesure d'identifier les points où ils ont besoin de s'améliorer et d'établir un plan de formation relié non seulement aux objectifs de chaque employé, mais aussi à ceux de l'équipe et de l'entreprise.

N'oublions pas que l'évaluation du rendement contribue également au développement de l'entreprise. Car au bout du compte, elle permet d'apprécier la contribution de chacun des services à la réalisation des objectifs d'affaires. En plus de ce bilan, elle permet de fixer les objectifs de chacune des équipes pour l'année à venir.

RESPONSABILITÉ PARTAGÉE

Pour qu'elle soit un succès autant pour le gestionnaire que pour le travailleur, la rencontre d'évaluation du rendement exige qu'ils fassent tous deux leurs devoirs.

LE GESTIONNAIRE

- Quelques semaines avant la rencontre d'évaluation, rappeler au travailleur ses responsabilités concernant le processus d'évaluation du rendement.
- Remplir d'avance le formulaire d'évaluation du rendement, en incluant des exemples concrets illustrant les résultats.
- Créer un climat propice au dialogue.
- Débuter par les points positifs et terminer avec les éléments à améliorer.
- Fixer, en collaboration avec l'employé, des objectifs clairs et réalistes.

LE TRAVAILLEUR

- Faire son autoévaluation à l'aide de l'outil d'évaluation du rendement de l'entreprise. Avoir des exemples concrets en tête afin d'illustrer ses résultats.
- Envisager ses possibilités de développement (formation).
- Fixer, en collaboration avec son gestionnaire, des objectifs clairs et réalistes.

UN EXERCICE CONTINU

Rappelons pour conclure qu'un processus d'évaluation du rendement qui se limite à tenir une rencontre ponctuelle avec son employé aura une valeur ajoutée très limitée pour l'entreprise. Afin que l'évaluation du rendement soit un processus payant, il est impératif que cet exercice soit effectué de manière continue. Pour ce faire, vous devez informer votre équipe tout au long de l'année de sa progression par rapport aux objectifs fixés et faire de même avec chacun de vos employés. Vous devez aussi vous efforcer d'établir un climat propice aux échanges avec vos employés, et ce, 365 jours par année! ♦

Les étapes de l'évaluation du rendement

Le système d'évaluation du rendement est un ensemble organisé d'étapes dont le but est de faire un bilan et d'apprécier la contribution de l'employé.

PHASE 1 - RENCONTRE INDIVIDUELLE

Le processus débute avec l'organisation d'une rencontre individuelle entre le supérieur immédiat et l'employé afin de permettre aux deux parties de convenir d'objectifs personnels pour la prochaine période et du soutien souhaité pour arriver à atteindre les résultats escomptés. Cette méthode permet à l'employé de déterminer des critères de performance valides et représentatifs pour lui.

Lors de cette première rencontre, on explorera :

1. Les objectifs pour l'année à venir
2. Les besoins de formation
3. Les aspirations professionnelles et les objectifs de carrière

Étape 1 - Se préparer

Se préparer à la rencontre permet au supérieur d'en préciser les objectifs et d'augmenter ses chances de les atteindre.

À RETENIR

- Clarifier le but de la rencontre : il s'agit de faire le point et de donner de la rétroaction à l'employé.
- Déterminer le lieu et l'heure : il faut choisir le moment favorable et l'endroit le plus propice.
- Établir les points importants ayant trait aux objectifs de l'organisation et au secteur (le cas échéant).
- Discuter avec l'employé des objectifs personnels pouvant être mis de l'avant. Cette action contribue à montrer à l'employé qu'on l'apprécie.
- Préparer des notes complémentaires (suggestions, clarification, formation).

Grille phase 1 - Discussion et entente mutuelle

La fiche de préparation doit être remise à l'employé avant sa rencontre afin qu'il réfléchisse sur ses objectifs pour l'année. Cet outil l'aide à mettre par écrit ses idées et l'incite à préparer sa rencontre d'évaluation. Il prend ainsi une part active à la démarche.

Étape 2 - Faire la rencontre

Avant de commencer la rencontre, il est préférable de prendre les moyens nécessaires pour éviter d'être dérangé par des appels téléphoniques ou des visites impromptues. Les premiers moments de la rencontre déterminent souvent son déroulement. C'est pourquoi il est souhaitable de débiter d'une façon dynamique et positive.

À RETENIR

- Établir un climat de confiance dès le début : « Bonjour Jean, comment vas-tu? Installe-toi confortablement. »
- Rappeler le but de la rencontre : « Je tenais à te rencontrer pour nous permettre de faire le point, d'échanger et pour que nous puissions convenir de tes objectifs pour la prochaine année. »

- Susciter l'intérêt : « Nous avons une année intéressante devant nous! » Ou encore : « Selon toi, quels sont les avantages de cette rencontre? »
- Établir les règles du jeu : « Je te présenterai d'abord les objectifs de l'organisation, puis ceux de notre secteur. Si tu as des questions, n'hésite pas à m'interrompre. Nous disposons d'environ une heure. »
- Obtenir l'accord de l'employé : « Est-ce que ça te convient? »

Étape 3 - Échanger

L'échange doit permettre à l'employé de participer et de collaborer activement à la démarche. Pour susciter son engagement, il est important d'écouter ses idées. On peut explorer la fiche de préparation afin de mettre en commun les besoins objectifs de chacun.

À RETENIR

- Adopter une attitude favorable et positive, et manifester de l'empathie.
- Préciser les objectifs, transmettre l'information et confirmer la compréhension.
- Écouter activement : reformuler, encourager et utiliser les techniques de l'écho et de la pause. Avant de réagir, s'assurer d'avoir bien compris.
- Questionner méthodiquement : utiliser des questions ouvertes et précises. Inciter l'employé à s'exprimer. Lui permettre de décrire ses intérêts et de fixer lui-même ses objectifs.
- Observer et être attentif au non verbal : les gestes, les expressions du visage, l'intonation de la voix, etc.
- Vérifier ses perceptions : « J'ai l'impression que tu n'es pas d'accord avec mon point de vue! » – « Tu me parais déçu. » – « J'ai le sentiment que ce point ne te convient pas. »

Étape 4 - Conclure la rencontre

La rencontre doit se conclure par l'élaboration d'objectifs et d'engagements écrits, autant de la part de l'employé que du superviseur, en ce qui concerne les mesures de soutien mises à la disposition de l'employé.

À RETENIR

- Résumer les points clés et obtenir l'engagement de l'employé : « Un des buts de notre rencontre était de convenir ensemble de tes objectifs pour la prochaine année et des moyens de soutien que nous pourrions mettre en place pour t'aider à les atteindre. » – « Nous avons convenu que... » – « On s'entend donc pour réaliser ces actions au cours de la prochaine année? »
- Susciter des commentaires : « Es-tu satisfait de notre rencontre? » – « Peux-tu me dire en quelques mots ce que tu retiens de ...? »
- Remercier l'employé : « Merci de m'avoir consacré du temps aujourd'hui. J'apprécie ton engagement! »

Il est important de remplir la fiche de préparation et de l'annexer au dossier de l'employé. Cette fiche pourra être consultée lors du suivi de l'entente.

PHASE 2 - SUIVI DE L'ENTENTE

La deuxième phase du processus consiste à faire un suivi de l'entente survenue lors de la première phase. L'employé réalise les objectifs auxquels il s'est engagé et le gestionnaire met en place les mesures de support convenues. Il est conseillé de faire ce suivi trois mois après la première rencontre afin de valider les actions entreprises et d'examiner les besoins de soutien supplémentaires. Le gestionnaire et l'employé discutent de façon continue de leurs contributions respectives à l'atteinte des objectifs fixés. De même, afin de mobiliser davantage l'employé, la démarche peut se faire ponctuellement, mais de façon informelle.

À RETENIR

- Respecter ses engagements : relire les points importants de la première rencontre, rédiger les faits significatifs observés et mettre en place les mesures de soutien convenues.
- Donner de la rétroaction de façon continue.
- S'informer des actions mises de l'avant.
- Rester ouvert à toute rencontre de suivi qui pourrait être nécessaire.
- Examiner les progrès réalisés en fonction des attentes mutuelles.
- Mettre en lumière les progrès réalisés.
- De manière informelle, continuer à donner de la rétroaction.
- Apporter les modifications requises.

Grille phase 2 - Rencontre d'étape

La fiche de rencontre d'étape est utilisée pour noter des informations concernant le rendement de l'employé. On y indique, entre autres, les forces de ce dernier et les aspects qu'il devrait améliorer. Cette fiche peut être remplie périodiquement et servir de guide lors de l'étape du bilan du rendement (Phase 3). Elle permet d'effectuer la démarche d'évaluation du rendement tout au long de l'année.

PHASE 3 - BILAN DU RENDEMENT

La dernière phase est l'étape plus formelle qui permet à l'employé et au superviseur de faire le point sur les tâches de l'employé et sur l'atteinte des objectifs fixés en revenant sur le contenu de la Grille phase 1. Puisque le rendement a été observé tout au long de l'année lors de périodes ponctuelles de suivi, cette rencontre vient clôturer le cycle d'évaluation.

Lors de la troisième phase, les étapes de la Phase 1 peuvent être reprises en ce qui concerne le déroulement de la rencontre. Cette Phase 3 portera plus spécifiquement sur le rendement de l'employé en ce qui a trait à l'évaluation de ses compétences (savoir), de ses tâches (savoir-faire) ainsi que de ses aptitudes et habiletés (savoir-être).

CONSEILS

- Mettre l'accent sur les aspects positifs.
- Souligner que l'appréciation ne vise pas la discipline, mais plutôt l'amélioration du niveau de rendement de l'employé.
- Formuler des critiques précises et spécifiques. Fournir des exemples.
- Vous concentrer sur les actions et les résultats de l'employé plutôt que sur sa personnalité.
- Rester calme, écouter et ne pas argumenter.
- Laisser la chance à l'employé d'exprimer ses réactions et ses besoins.
- Faire des suggestions d'actions précises pouvant être prises par l'employé pour améliorer la situation.
- Mettre l'accent sur le soutien que vous – ou d'autres membres de l'équipe – pouvez lui apporter.
- Privilégier une approche « évaluer et écouter » ou mieux, « solutionner les problèmes ». Évitez une approche « évaluer et convaincre ».
- Éviter les surprises (appréciation négative inattendue).
- Assurer une rétroaction continue tout au long de l'année.

Grille phase 3 - Rencontre annuelle

Cette grille est un exemple de fiche d'appréciation du rendement sous forme quantitative. Elle sert de guide de discussion à la rencontre. Elle peut être remplie préalablement par le supérieur immédiat. Lors de la rencontre, le supérieur immédiat transmet ses commentaires en fonction de cette grille. Il peut être intéressant de demander à l'employé de faire lui-même son autoévaluation. ♦

Reproduit avec l'autorisation de l'Ordre des conseillers en ressources humaines agréés. Tous droits réservés.
http://www.portailrh.org/expertise/fiche_reference.aspx?f=19801

DES OUTILS DISPONIBLES GRATUITEMENT EN LIGNE!

L'Ordre des médecins vétérinaires du Québec met gratuitement à votre disposition des exemples de grilles pouvant être utilisées à chaque phase du processus d'évaluation du rendement. Pour les obtenir, visitez la section réservée aux membres du site Internet de l'Ordre et sélectionnez l'onglet « formulaires ».

RÉFÉRENCES UTILES

Pour en savoir plus...

LINKEMER, Bobbi. Travailler avec des personnes difficiles, Paris, First Editions, 2000, 95 p.

MALASSINGNE, Pascaline. Conduire un entretien d'évaluation, Paris, Éditions d'Organisation, 2001, 123 p.

PITCHER, Patricia. Artistes, artisans, technocrates dans nos organisations. Rêves, réalités et illusions du leadership, Montréal, 2^e édition enrichie, Québec/Amérique, Presses HEC, 2000.

Conseils pour voyager en sécurité et l'esprit tranquille



Par l'équipe de rédaction du site d'information financière de la Banque Nationale, jecomprends.ca

Que vous voyagiez pour le plaisir ou par affaires, au Canada ou à l'étranger, une bonne planification vous aidera à mieux profiter de vos déplacements. Avant de partir, il importe donc de bien vous informer et de prendre les précautions nécessaires pour voyager en toute sécurité et l'esprit tranquille. Voici quelques conseils pour partir l'esprit en paix et éviter les ennuis sur la route.

1. Faites un budget ! Prévoyez vos dépenses et surtout assurez-vous de disposer des fonds nécessaires.
2. Même si vous apportez suffisamment d'argent comptant, assurez-vous de disposer d'au moins deux modes de paiement différents.
3. Vos cartes de débit et cartes de crédit :
 - Avisez l'émetteur de votre carte de crédit que vous partez en voyage afin d'éviter que votre carte soit bloquée par mesure de sécurité.
 - Assurez-vous de savoir exactement combien vous pouvez retirer d'argent avec votre carte de débit.
 - Vérifiez les dates d'expiration et les limites de crédit de votre carte de crédit.
 - Activez votre carte de crédit avec un numéro d'identification personnel (NIP) afin de pouvoir vous en servir dans des guichets.
 - Vérifiez quels réseaux de paiements sont disponibles dans les pays que vous visiterez, afin de vous assurer d'avoir accès à vos comptes à distance.
 - Évitez de transporter de nombreuses cartes de crédit ou de débit.
 - Faites la liste des cartes que vous transportez et notez les numéros d'urgence pour chacune.
4. Assurez-vous que vos paiements de factures mensuelles seront effectués pendant votre absence.
5. Remettez une photocopie de votre passeport à un proche, ce qui serait utile si un problème survient.
6. Munissez-vous d'une assurance-voyage complète.
7. En tout temps, ayez sur vous une liste de numéros de téléphone importants en cas d'urgence. Ajoutez à cette liste vos numéros de carte de crédit, de passeport et d'assurance.

Consultez aussi notre site internet, bnc.ca/voyager, où vous trouverez d'autres précisions pour bien planifier votre voyage et en profiter pleinement.

Bon voyage ! ♦



L'AMVQ se précise!

Par Dr Michel Pepin, m.v., directeur général de l'AMVQ

Il y a deux ans, l'Académie de médecine vétérinaire du Québec a procédé à une cure de rajeunissement de son image en modifiant non seulement son logo, mais aussi son appellation. À la suite de consultations et de sondages auprès de ses membres, il fut décidé de conserver le même acronyme, mais d'en réinventer la signification par la dénomination Association des médecins vétérinaires du Québec.

Bien que les membres de l'AMVQ aient majoritairement apprécié ce nouveau nom, l'OMVQ, l'AMVPQ et l'AVEQ ont affirmé leur profond désaccord avec cette désignation dite trop inclusive. Ainsi, l'automne dernier, afin d'éviter tout malentendu au sein de la population, le Dr Joël Bergeron a demandé à l'AMVQ et l'AMVPQ de faire leurs devoirs et de s'assurer que, de part et d'autre, leur nom reflète bien leur champ d'activités.

C'est ainsi qu'il fut décidé par le biais de notre conseil d'administration que, dorénavant, l'AMVQ travaillerait sous un vocable écartant toute confusion. L'AMVQ conserve donc ses lettres, mais ajoute à son appellation « en pratique des petits animaux ».

CONDITIONS DE TRAVAIL DES ÉTUDIANTS FINISSANTS

Pour une 12^e année, l'AMVQ en pratique de petits animaux a réalisé une vaste étude visant à mieux connaître les conditions de travail des nouveaux médecins vétérinaires œuvrant dans le domaine des petits animaux. Au total, 43 % des finissants de 2011 ont participé au sondage.

Les membres de l'AMVQ peuvent consulter l'ensemble des résultats au www.amvq.qc.ca. Toutefois, voici quelques éléments intéressants tirés de cette enquête :



- Même si 55 % des étudiants finissants se sont dits épuisés et 68 % stressés en fin d'année scolaire et que leur dette moyenne s'élevait à 23 787 \$, seulement 14 % se sont dits inquiets face à leur avenir.
- Au total, 52 % ont signé un contrat d'embauche et, dans 46 % des cas, il y avait une clause de non-concurrence.
- 70 % était rémunérés selon un tarif horaire alors que 26 % l'était à l'année. Quant aux autres, ils ont dit avoir un salaire associé à un pourcentage des recettes.
- Le salaire horaire moyen des finissants de 2011 était le 34 \$/heure, avec des écarts naviguant entre 29,8 \$ et 40 \$.
- Sur une base annuelle, peu importe la méthode de rémunération, le salaire moyen se situait à 65 316 \$ pour un total de 38,64 heures par semaine.
- Lorsque nous avons demandé aux finissants ce qu'ils recherchaient avant tout lorsqu'ils postulaient pour un emploi à la fin de leurs études, l'ambiance a obtenu le premier rang (64 %), suivie du salaire (36 %) et de la situation géographique (32 %). L'équipement, le soutien technique et la possibilité d'association ont également été nommés dans 12,5 % des cas. Finalement, une faible proportion a également parlé du nombre d'heures de travail et de l'absence de garde.
- 91 % des finissants avaient déjà trouvé un emploi avant même d'obtenir leur diplôme! ♦

L'ACMV établit son programme en fonction de vos besoins

Par Dr Jean Gauvin, m.v., membre de l'exécutif de l'ACMV



CANADIAN VETERINARY
MEDICAL ASSOCIATION

L'ASSOCIATION CANADIENNE
DES MÉDECINS VÉTÉRINAIRES

Dans le cadre de ses priorités, l'ACMV travaille en vue d'aborder des enjeux pertinents pour les médecins vétérinaires partout au pays. Nous espérons que ces renseignements vous donneront un aperçu des projets que l'ACMV réalise pour vous.

LE GUIDE TARIFAIRE SUGGÉRÉ 2012 DU QUÉBEC EST MAINTENANT DISPONIBLE

Le Programme de gestion commerciale de l'ACMV, en partenariat avec l'AMVQ, a récemment publié le Guide tarifaire suggéré 2012 du Québec pour les procédures pour petits animaux. Les guides tarifaires suggérés des provinces ne représentent que l'un des nombreux outils offerts afin de vous aider à gérer votre pratique. Les membres de l'ACMV peuvent télécharger un exemplaire du Guide tarifaire suggéré 2012 du Québec en visitant le Carrefour vétérinaire financier national au www.veterinairesaucanada.net.

IL EST MAINTENANT POSSIBLE DE S'INSCRIRE AU CONGRÈS DE L'ACMV

Le 64e congrès annuel de l'ACMV, « Apprendre à la Montréal », se déroulera à Montréal, du 11 au 14 juillet 2012. Cet événement offrira un programme scientifique multi-espèces comportant des ateliers pratiques, une approche intégrative envers la médecine vétérinaire, des ateliers stimulants sur la communication, des sujets d'actualité sur le bien-être des animaux, des renseignements utiles sur la planification de la relève et un Sommet du leadership vétérinaire qui saura inspirer.

Inscrivez-vous en ligne dès maintenant au www.veterinairesaucanada.net.

Vous avez des questions? Communiquez avec Sarah Cunningham, adjointe, Congrès et programmes spéciaux à scunningham@cvma-acmv.org ou au 1 800 567-2862, poste 121.

PROGRAMME DES FUTURS LEADERS DE L'ACMV

Dans le cadre de son congrès annuel, l'ACMV invite 2 membres par province à participer gratuitement au *Programme des futurs leaders*. Les membres de l'ACMV qui souhaitent poser leur candidature ont jusqu'au 15 avril pour envoyer leur formulaire de demande à l'ACMV. Veuillez noter que pour la première fois, le programme sera également ouvert à un nombre limité de participants payants. Si vous avez des questions concernant ce programme, veuillez visiter le site Internet de l'ACMV au www.veterinairesaucanada.net.

ÉNONCÉS DE POSITION SUR LE BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX RÉCEMMENT APPROUVÉS :

Onychectomie (dégriffage) des félidés domestiques

L'ACMV considère que le dégriffage des chats domestiques devrait être considéré uniquement si les tentatives visant à empêcher le chat d'utiliser ses griffes de manière destructrice échouent ou lorsque la griffade présente un risque de zoonose pour ses propriétaires.

Onychectomie (dégriffage) des carnivores non domestiques gardés en captivité

L'ACMV s'oppose à l'enlèvement chirurgical des griffes (onychectomie) des carnivores non domestiques gardés en captivité, sauf pour des raisons de santé animale. De plus, l'ACMV exhorte vivement les médecins vétérinaires à exercer leur influence pour décourager la garde des félidés non domestiques et d'autres grands carnivores comme animaux de compagnie.

ÉNONCÉ DE POSITION GÉNÉRAL RÉCEMMENT APPROUVÉ

Dentisterie vétérinaire

La dentisterie vétérinaire concerne tous les aspects des interventions d'hygiène buccale incluant entre autres le nettoyage, l'ajustement, le limage, l'extraction, la réparation des dents et le traitement ou la chirurgie aux structures connexes. L'ACMV considère que la dentisterie vétérinaire représente un service médical pour toutes les espèces animales. À ce titre, l'ACMV maintient que les interventions dentaires vétérinaires doivent être réalisées par un vétérinaire autorisé (titulaire d'un permis), tout en reconnaissant que le nettoyage supragingival (détartrage) peut être délégué sous la supervision d'un médecin vétérinaire conformément aux règlements provinciaux.

Comité des enjeux nationaux

Le comité des enjeux nationaux de l'ACMV met la dernière main aux énoncés de position sur la médecine parallèle, l'utilisation judicieuse des antibiotiques chez les animaux de compagnie et le transport en avion des animaux de compagnie, pour n'en nommer que quelques-uns. La télémédecine est aussi dans la mire du comité. Tous les énoncés seront d'abord publiés sur le site internet de l'ACMV aux fins de consultation. N'hésitez pas à émettre vos commentaires.

Vous avez des questions ou des suggestions? Communiquez avec votre bureau national de l'ACMV par téléphone au 1 800 567-2862, par courriel au admin@cvma-acmv.org ou contactez votre représentant du Québec au sein du conseil et membre de l'exécutif, le Dr Jean Gauvin au 514 634-4190 ou par courriel à dr.gauvin@videotron.ca. ♦

Le réseau pour le bien-être des animaux de compagnie : la clé du succès!



Par Dre Caroline de Jaham, m.v., MSc, Dip. ACMD, présidente d'ANIMA-Québec

En décembre 2010, ANIMA-Québec procédait à une saisie de 31 chiens, en partenariat avec la SPA de la Mauricie, la SPCA de Montréal et la *Humane Society International* – Canada.

À l'époque, cette saisie illustrait un tournant important dans le développement du réseau du bien-être des animaux de compagnie. La mise en commun des ressources humaines et matérielles ainsi que l'expertise de chacun avait permis de mener plus rapidement et donc, plus efficacement cette opération. À cet égard, M. Serge Marquis, directeur de la SPA de la Mauricie, soulignait que cette perspective de réseautage était très prometteuse pour les animaux puisque la collaboration de chacun accélère les processus de façon significative.

Un an et demi plus tard, en septembre 2011, c'est à 527 chiens qu'ANIMA-Québec et ses partenaires venaient en aide. À ce jour, cette saisie est la plus importante jamais réalisée au Canada et elle n'aurait jamais pu avoir lieu sans le soutien solide de nos partenaires qui a permis de mettre en commun les ressources disponibles.

C'est habité par le désir de donner une nouvelle chance à ces chiens que 400 bénévoles se sont mobilisés pour s'occuper, pendant trois mois, de ces animaux, dont il fallait nettoyer les cages et qu'il fallait sortir, nourrir, soigner, toiletter, socialiser... et bien sûr, AIMER. Et c'est cette même volonté qui anime l'ensemble des partenaires du réseau ayant signé les ententes de service pour l'application de la loi P-42 : veiller au bien-être et à la sécurité des chats et des chiens.

Ils ont également tous été stérilisés et micro-pucés avant leur mise en adoption, car nous voulions nous assurer que ces animaux ne soient plus jamais victimes de mauvaises conditions d'élevage, mais également pour leur donner toutes les chances de rester le reste de leur vie au sein de la même nouvelle famille et sensibiliser les citoyens au problème de la surpopulation animale.

Finalement, il est important de souligner l'importante mobilisation des citoyens qui, en grand nombre, ont fait parvenir des dons en argent, mais aussi de la nourriture, des couvertures, des jouets et ont offert de leur précieux temps. Mais plus importante encore fut leur réponse à l'adoption, car l'offre a dépassé la demande!

En outre, cette saisie a aussi permis de poser une pierre supplémentaire à l'édifice. Le bien-être animal est dorénavant à l'ordre du jour dans l'agenda des journalistes et plus que jamais dans celui du gouvernement. Probablement, le sera-t-il aussi dans celui des éleveurs, des propriétaires et de tous ceux qui vivent ou travaillent avec des chats

et des chiens. En 2012, nous entrons dans une nouvelle ère, celle du bien-être animal. L'intérêt des médias, la sensibilisation du public à la cause et les moyens mis en œuvre par notre gouvernement, dont la mise en place d'un registre des éleveurs et l'augmentation substantielle des peines et amendes nous permettra, sans nul doute, de tourner cette sombre page des usines à chiots.

Maintenant que tous ces animaux ont trouvé une famille aimante et qu'ils commencent à vivre le reste de leur vie, nous pouvons être fiers du travail accompli. ANIMA-Québec remercie les établissements vétérinaires, les médecins vétérinaires ainsi que tout le personnel, souvent bénévole, ayant participé à l'identification et à la stérilisation :

- L'Hôpital vétérinaire de Lachute;
- Le Centre Vétérinaire DMV (Centre DMV);
- L'hôpital Vétérinaire de Hudson;
- L'hôpital Vétérinaire Anima Plus.

Les organismes suivants ont apporté leur aide au transport, soins et hébergement des chiens :

- SPCA de l'Outaouais;
- SPA de Québec;
- SPCA Laurentides-Labelle;
- SPCA de Montréal;
- SPA de Victoriaville;
- SPA de Drummondville;
- SPA de l'Estrie;
- SPCA du Saguenay Lac St-Jean;
- SPCA d'Ottawa;
- SPA de la Mauricie.

Enfin, la réussite de cette saisie fut également possible grâce à la *Humane Society – Canada* (HSI), l'Association des techniciens en santé animale du Québec (ATSAQ), le Regroupement des techniciens en santé animale de l'Ontario (Red Rover) ainsi que tous les organismes de sauvetage de chiens du Canada et des États-Unis participants.

Il y a fort à parier que 2012 se déroulera comme s'est terminée 2011, sous le signe de la collaboration : une année où le gouvernement, ANIMA-Québec et ses partenaires travailleront à l'unisson pour veiller au bien-être et à la sécurité des chats et des chiens du Québec. ♦

Première assemblée annuelle de l'AVQMR

Par Dr Joël Bergeron, m.v., président



C'est le samedi 10 mars que se tenait la première assemblée annuelle de la nouvelle Association vétérinaire québécoise de médecine de refuge (AVQMR). En effet, l'Association a été officiellement enregistrée le 24 janvier dernier, sous la direction des premières administratrices, les D^{res} Christiane Bédard-Royal, Cécile Boivin, Josée Dupras et Suzanne Lecomte. Sincères remerciements aux quatre responsables pour avoir mené à bien ces premières démarches.

À ce jour, plus de cinquante médecins vétérinaires intéressés par la médecine de refuge, mais également par la médecine de population des animaux de compagnie, sont membres de l'AVQMR. Trente-cinq d'entre eux ont participé à cette première réunion officielle qui s'est tenue dans les locaux de la Faculté. Leurs expériences de pratique diversifiées et leurs horizons variés et complémentaires dénotent un besoin de faire évoluer ce secteur de pratique. Mais surtout, nous pouvions sentir un dynamisme des plus stimulants pour l'avenir de cette association naissante.

Les défis sont nombreux en ce début d'existence, à commencer par l'organisation du premier conseil d'administration. Ainsi, neuf membres ont été élus et auront le mandat de présenter les premiers officiers (président, vice-président, secrétaire et trésorier) aux membres de l'AVQMR très prochainement. Pour l'instant, les neuf administrateurs sont :

D^{re} Véronique Blais, D^{re} Cécile Boivin, D^{re} Esther Côté, Dr Jean Dessureault, D^{re} Valérie Dessureault-Panneton, D^{re} Josée Dupras, D^{re} Geneviève Lessard, D^{re} Christina Nosotti et D^{re} Debra Tacium.

Afin de bien structurer l'Association et ses objectifs, deux comités ont déjà été formés. Le premier veillera à l'élaboration d'un guide de pratiques conformes aux législations en vigueur au Québec. À cet effet, le document préparé par l'*Association of Shelter Veterinarians* (ASV) sera certainement d'un grand support. Cette association célèbre d'ailleurs son 10^e anniversaire en 2011. En prenant connaissance des raisons qui ont mené à la naissance de l'ASV et de son évolution, nous pouvons considérer que l'AVQMR s'engage sur la bonne voie!

Le deuxième comité sera chargé d'analyser les différents aspects de la médecine de refuge et de population qui peuvent soulever des questionnements pour les autres praticiens vétérinaires, tant sur le plan économique que par rapport à certains irritants et/ou incompréhensions.

Mais de toute évidence, l'un des mandats importants de l'AVQMR sera d'abord de se faire connaître, autant auprès de différents partenaires (SPA/SPCA, municipalités, etc.) que des membres de la profession.

Plein d'autres projets ne sauraient tarder. Les idées, les conseils et les possibilités d'aide et de contact fusaient de toute part au cours de cette première assemblée annuelle historique.

Longue vie à l'AVQMR! ♦

Symposium 2012 des ÉACMV : une réussite!

Par Olivier Campbell, représentant sénior des ÉACMV à la FMV



Chaque année, les étudiants de la Faculté de médecine vétérinaire (FMV) sont invités au Symposium des étudiants de l'Association canadienne des médecins vétérinaires (ÉACMV). Cet événement, unique à l'échelle nationale, constitue pour eux une occasion d'apprentissages et d'échanges hors du commun. Il leur permet d'avoir un aperçu des différentes installations et spécialités de chaque établissement canadien d'enseignement vétérinaire, tout ayant l'occasion d'élargir leur réseau de contacts et de découvrir un nouveau coin de pays.

Cette année, l'événement s'est déroulé du 11 au 14 janvier à l'*Ontario Veterinary College* (OVC). Au total, plus de 271 futurs médecins vétérinaires issus des cinq écoles de médecine vétérinaire canadiennes y ont assisté. La FMV affichait toutefois la représentation la plus importante, avec 127 participants.

Au cours de la première journée d'activités, de nombreuses visites d'attrails vétérinaires et touristiques de la région ont été organisées. Puis, le soir venu, les étudiants ont revêtu leurs plus beaux habits de cowboys et d'animaux pour une soirée thématique intitulée « Party Animals », durant laquelle ils ont pu se dégourdir au son de la musique country.

Durant la seconde journée, plusieurs présentations cliniques ont eu lieu. Certains étudiants ont pu pratiquer des techniques de récolte et de manipulation de semence animale pour la première fois, tandis que d'autres ont observé des parasites sous-diagnostiqués tels que *trichomonas foetus*, ou se sont précipités pour assister à un atelier sur la pathologie médico-légale qui leur permettrait éventuellement de savoir identifier des lésions causées par la violence.

En après-midi, des laboratoires pratiques touchant de nombreuses sphères de la médecine vétérinaire se sont tenus. Les étudiants ont pu notamment pratiquer leurs techniques de nécropsie, de dentisterie et de procédures d'urgence. Certains ont aussi pu travailler avec des porcs, des alpagas, de la volaille, etc. Un groupe a même pratiqué des méthodes d'immobilisation de la faune avec des sarbacanes et des pistolets. Finalement, des sujets comme l'euthanasie et le bien-être animal dans le domaine agricole ont aussi été exploités.

Lors du dernier jour du Symposium, de nombreuses conférences ont été présentées sur des sujets variés, allant de l'hypothyroïdisme chez le chat jusqu'aux implications d'avoir un porc comme animal de compagnie. Le tout s'est terminé par un banquet, au cours duquel les étudiants ont pu entendre le conférencier Darren Osbourne discuter de sujets sensibles touchant la clientèle et la pratique vétérinaire.

Le Symposium de cette année a encore été une réussite. Au nom des étudiants québécois y ayant participé, je souhaite remercier tous les généreux donateurs qui nous ont permis de participer à cette expérience inoubliable. Parmi ces derniers, soulignons de façon toute particulière l'OMVQ, l'AÉMVQ, la compagnie MD-UN et la brasserie J-P Gladu. Nous sommes aussi très reconnaissants envers tous les membres de l'OVC, tant les étudiants que les professeurs, pour leur accueil si chaleureux. Les étudiants de la FMV ont hâte d'offrir une hospitalité et un enthousiasme comparables lorsque leur école accueillera le Symposium annuel des ÉACMV, en janvier 2015! ♦



Contrôle de la rage au Québec : une responsabilité partagée

Par Dre Geneviève Toupin, m.v., spécialiste de programme - lutte contre les maladies indigènes, ACIA



À la suite des récents événements entourant la découverte du virus de la rage chez de jeunes chiots en provenance du Grand Nord québécois et de la prise en charge en février dernier par le gouvernement du Québec de l'enquête initiale sur les animaux mordeurs (chiens, chats et furets), il est pertinent de rappeler brièvement les caractéristiques de cette maladie mortelle et de définir les rôles et responsabilités des différents acteurs impliqués.

LA RAGE : UNE MALADIE MORTELLE

La rage est une maladie virale (*Lyssavirus*, famille *Rhabdoviridae*) causant une encéphalomyélite mortelle. Le virus peut appartenir à divers variants selon son espèce réservoir, mais peut affecter tous les mammifères, y compris l'être humain. En Amérique du Nord, les espèces réservoirs sont les renards arctiques, les renards gris, les mouffettes, les ratons laveurs et les nombreuses espèces de chauves-souris. Au Québec, un seul variant est endémique chez les animaux terrestres, soit le variant du renard arctique dans le Grand Nord. Cependant, plusieurs variants distincts sont présents chez les espèces de chauves-souris partout au Québec. Malgré le fait que les différents variants soient plus souvent documentés chez leur espèce réservoir, plusieurs autres mammifères terrestres peuvent être accidentellement infectés par la rage lorsqu'un variant est présent dans une région, comme les renards roux, les loups, les visons, etc.

Le virus se transmet par contact avec la salive d'un animal infecté, soit par morsure, par égratignure ou par contact avec une plaie fraîche ou une muqueuse (bouche, nez, œil). Il se réplique au site d'inoculation et ensuite migre par les nerfs périphériques (environ 50 mm/jour) vers la moelle épinière pour finalement atteindre le cerveau. La période d'incubation chez les animaux varie et est généralement de 2 semaines à 6 mois selon le site d'introduction du virus.

Les signes cliniques neurologiques observés chez les animaux sont des changements de comportement (dépression, agressivité), des paralysies faciales, du ptyalisme, de l'anorexie et des paralysies des membres débutant par les postérieurs et se propageant crânialement.

La progression des signes jusqu'à la mort est assez rapide (1 à 7 jours). Le virus peut être présent dans la salive d'un chien ou d'un chat ou d'un furet, jusqu'à 10 jours avant l'apparition des premiers signes cliniques. Pour les autres espèces animales, autant domestiques que sauvages, la phase d'excrétion préclinique est estimée à 14 jours, mais les données scientifiques sont insuffisantes pour rendre cette valeur fiable.

Les recherches ont démontré que l'administration d'un primovaccin ou d'un vaccin de rappel après l'exposition chez un chien, un chat ou un furet de compagnie peut procurer une certaine protection à l'animal et que cette mesure est recommandée. Ainsi, l'animal jouira d'une protection accrue si le vaccin lui est administré rapidement et de préférence dans les sept jours suivant l'exposition. Il est cependant important de noter que **le primovaccin et le vaccin de rappel ne constituent pas une garantie de protection après une exposition au virus de la rage. Ces mesures n'ont aucune incidence sur la nécessité, ni la durée d'une observation ou d'une quarantaine officielle. L'administration du vaccin, avant l'exposition, demeure la méthode la plus efficace pour éviter le développement de la maladie à la suite d'une exposition.**

RÔLES ET RESPONSABILITÉS DES DIFFÉRENTS ACTEURS IMPLIQUÉS

Intervenants en santé publique :

Les rôles et responsabilités des intervenants en santé publique, par exemple les médecins et infirmières des urgences, les cliniques médicales et les CLSC, sont orientés vers des activités liées à la protection de la population et à la prévention de la rage humaine.

Le virus peut être présent dans la salive d'un chien, d'un chat ou d'un furet jusqu'à 10 jours avant l'apparition des premiers signes cliniques.

Il est de la responsabilité des intervenants en santé publique de promouvoir, auprès de la population, des comportements sains et sécuritaires envers les animaux et d'offrir un support aux professionnels de la santé de première ligne dans l'évaluation et la prise en charge d'une personne qui a été en contact avec un animal que l'on soupçonne être rabique.

Quant aux questions relatives à la santé animale, que ce soit en lien avec les animaux domestiques, de bétail ou animaux sauvages, ce sont les organisations et groupes suivants qui ont un rôle à jouer.

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) :

Depuis le 9 février 2012, toute demande d'enquête sur des morsures d'humains par des chiens, chats ou furets est de responsabilité provinciale. C'est le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) qui effectue ces enquêtes au nom du ministère de la Santé et des Services Sociaux (MSSS).

Lorsqu'une enquête est initiée par le MAPAQ, un premier appel téléphonique doit être fait auprès du propriétaire de l'animal mordeur afin d'obtenir, entre autres, de l'information sur l'état de santé de l'animal, son statut vaccinal, son historique de contact potentiel avec un vecteur de la rage et les circonstances entourant l'incident. Si aucun facteur de risque n'est révélé lors de cette enquête épidémiologique, il sera demandé au propriétaire d'observer son animal pendant 10 jours.

La période de 10 jours d'excrétion préclinique étant reconnue internationalement chez ces trois espèces, il est possible de procéder à une observation pour statuer sur le risque de transmission du virus. Si 10 jours après l'incident l'animal mordeur n'a toujours pas développé de signes cliniques compatibles avec la rage, tout risque de transmission du virus au moment de la morsure est jugé inexistant. Pour cette raison, **il s'avère primordial de toujours vérifier auprès du client désirant faire euthanasier son animal, si celui-ci a mordu quelqu'un dans les 10 jours précédents. Si c'est le cas, il est préférable de procéder à l'observation de celui-ci (voir figure 1).**

À la fin de la période de 10 jours, un deuxième appel sera fait par le MAPAQ auprès du propriétaire de l'animal mordeur afin de s'assurer que l'état de santé de l'animal est toujours normal. Si au cours de cette période d'observation l'animal démontre des signes de rage ou décède, le MAPAQ doit transférer le dossier à l'ACIA.

Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) :

La rage est une maladie à déclaration obligatoire (MADO) en vertu de la Loi sur la Santé des Animaux (L.C. 1990, ch. 21) et de son Règlement sur les maladies déclarables. **Toute personne qui a la charge d'un animal ainsi que tout vétérinaire qui soupçonne qu'un animal a la rage ou qu'il y a été exposé, doit le déclarer à l'ACIA.**

Le rôle de l'Agence canadienne d'inspection des aliments est d'empêcher la propagation de la rage aux animaux domestiques et aux êtres humains. Lorsqu'un cas lui est rapporté, il est de la responsabilité du médecin vétérinaire de l'ACIA de faire enquête :

- Sur tous les cas d'animaux domestiques (de compagnie ou de ferme) qui présentent des signes cliniques compatibles avec la rage;
- Sur tous les incidents de morsures d'être humain ou d'animal domestique par un animal potentiellement rabique (surveillance passive);
- Sur la pertinence d'effectuer une analyse du cerveau de l'animal suspect ou mordeur (épreuve d'immunofluorescence).

L'ACIA met également en place des mesures de contrôle sur les animaux domestiques exposés à la rage allant du simple vaccin de rappel accompagné d'une observation de 45 jours chez les sujets complètement immunisés, jusqu'à la mise en quarantaine de 6 mois chez ceux non vaccinés. (Voir la figure 2)

Ministère des Ressources naturelles et de la Faune (MRNF) :

Au Québec, la gestion et la surveillance des maladies chez les animaux sauvages relèvent de la responsabilité du MRNF, toutefois, lorsque ces problématiques peuvent toucher la santé humaine ou l'agriculture, d'autres ministères et organismes peuvent collaborer à la gestion de ces situations, comme c'est le cas avec le dossier de la rage du variant du raton laveur qui a été introduit au Québec en 2006.

Actuellement, le Québec est considéré exempt de rage du raton laveur, puisque les derniers cas documentés remontent au printemps 2009. Toutefois, le Gouvernement du Québec poursuit les opérations de largage d'appâts vaccinaux et de surveillance dans les zones jugées à risque, puisque des cas sont toujours présents dans les États de New York, du Vermont, du New Hampshire et du Maine.

Il est de la responsabilité des intervenants en santé publique de promouvoir, auprès de la population, des comportements sains et sécuritaires envers les animaux et d'offrir un support aux professionnels de la santé de première ligne dans l'évaluation et la prise en charge d'une personne qui a été en contact avec un animal que l'on soupçonne être rabique.

Ainsi, les citoyens qui constatent la présence d'un raton laveur, d'une mouffette ou d'un renard mort, malade, paralysé, désorienté ou anormalement agressif, dans les régions de la Montérégie et de l'Estrie sont invités à contacter immédiatement Services Québec au **1 877 644-4545** ou le MRNF au **1 866 248-6936**. La présence de tout autre animal de la faune malade ou mort peut également être signalée au service à la clientèle du MRNF au **1 866 248-6936**.

Citoyen :

Chaque citoyen a un rôle à jouer dans la prévention de la rage et, en ce sens, doit adopter des comportements responsables et adéquats. La prudence, en présence d'animaux inconnus qu'ils soient sauvages ou domestiques, demeure la façon la plus simple de prévenir la rage. Voici quelques consignes que les citoyens sont invités à suivre:

- Apprendre aux enfants à ne pas approcher, toucher ou caresser des animaux sauvages ou des animaux de compagnie qu'ils ne connaissent pas;
- Surveiller les jeunes enfants qui jouent avec des animaux ;
- Faire vacciner les chiens et les chats contre la rage, tel que recommandé par le médecin vétérinaire;
- Garder les chiens dans un endroit sécuritaire, attachés ou en laisse;
- Ne pas laisser errer ses animaux de compagnie ;
- Consulter son médecin vétérinaire si son animal domestique se fait mordre par un autre animal;
- Ne pas nourrir les animaux sauvages;
- Ne pas adopter d'animaux sauvages orphelins, même s'ils ont l'air inoffensif.

AIDE-MÉMOIRE DU MÉDECIN VÉTÉRINAIRE PRATICIEN :

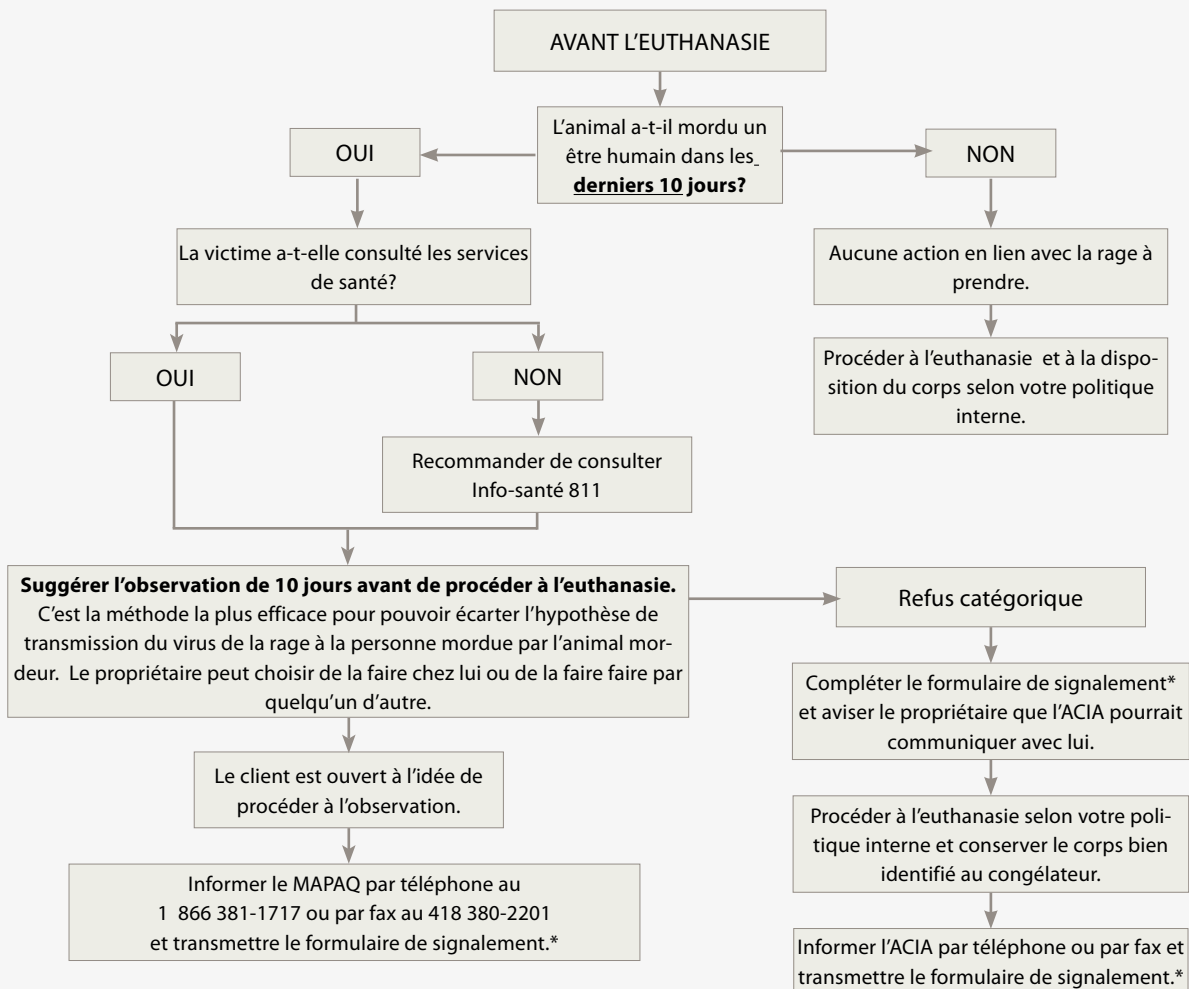
Le médecin vétérinaire praticien joue un rôle clé dans la prévention de la propagation de la rage et dans la protection des êtres humains et des animaux. Ci-dessous énumérées, quelques-unes de ses responsabilités :

- Référer toute personne qui a été mordue par un animal à Info-Santé 811;
- Déclarer au MAPAQ tout chien, chat ou furet vivant ayant mordu un humain;
- Déclarer à l'ACIA tout chien, chat ou furet mort ayant mordu un humain;
- Informer et sensibiliser la clientèle aux risques inhérents à la rage;
- Encourager la vaccination antirabique;
- Respecter l'homologation du fabricant lors de l'administration de vaccins contre la rage particulièrement en ce qui attrait aux

dates de rappel;

- Aviser l'ACIA lorsqu'un animal domestique (de compagnie ou de ferme) est entré en contact avec un animal potentiellement rabique et informer le client qu'un vétérinaire-inspecteur communiquera avec lui pour faire une enquête et déterminer si des mesures de contrôle doivent être prises;
- Demander au client de conserver l'animal vecteur de rage;
- Administer les soins requis à l'animal domestique mordu;
- Proposer la vaccination de rappel ou la primovaccination le plus rapidement possible après l'exposition et expliquer au client que ce n'est pas une garantie de protection après une exposition et que cette mesure n'a aucune incidence sur la nécessité ni la durée d'une observation ou d'une quarantaine officielle;
- Notez que le propriétaire d'un animal non vacciné, exposé à la rage, qui souhaiterait faire la quarantaine de 6 mois, peut faire vacciner immédiatement celui-ci et non uniquement à la fin de la période de quarantaine comme prévu antérieurement.

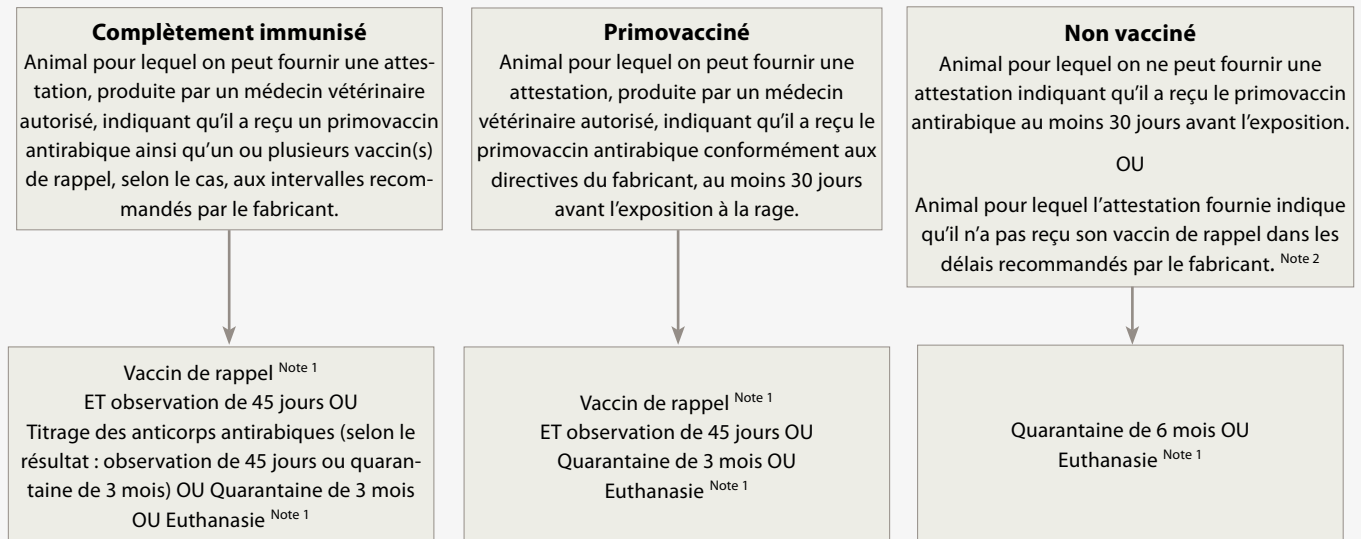
Figure 1 : Marche à suivre lorsqu'un chien, chat ou furet mordeur est présenté pour euthanasie.



* Le formulaire de signalement est disponible sous l'onglet « formulaires » de la section réservée aux membres du site Internet de l'Ordre, ou encore, auprès du MAPAQ.

Figure 2 : Actions prises par l'ACIA lorsqu'un chien, un chat ou un furet est exposé à un animal potentiellement rabique (ex. : chauve-souris, raton laveur, moufette, renard, coyote ou loup).

Pour toute information, communiquez avec l'ACIA au 1 800 442-2342 ou avec le bureau de santé des animaux de l'ACIA le plus près.



Note 1 : Lorsque le propriétaire d'un animal exposé à la rage choisit l'option du vaccin de rappel ou de l'euthanasie proposée par l'ACIA, il doit le faire faire à ses frais par un médecin vétérinaire en pratique privée.

Note 2 : Même si scientifiquement il est fort probable que certains animaux vaccinés contre la rage soient immunisés plus longtemps que les délais prescrits par l'homologation du fabricant, il faut comprendre que l'ACIA est un organisme gouvernemental qui doit s'appuyer sur des faits reconnus pour bâtir ses programmes de contrôle. C'est pour cette raison qu'un animal qui n'aurait pas reçu son rappel de vaccin aux intervalles recommandés par le fabricant est considéré NON vacciné.

CHIENS PROVENANT DU GRAND NORD QUÉBÉCOIS

Dans le *Veterinarius Flash* du 8 février dernier, vous avez été informés de deux cas de jeunes chiens en provenance du Grand Nord québécois qui ont développé la rage, et ce, à la suite de leur adoption par des familles situées dans la région métropolitaine. L'un des chiots provenait d'un organisme d'adoption à but non lucratif et le deuxième avait été adopté par des travailleurs occasionnels dans le Grand Nord. Les deux animaux rabiques n'ont séjourné qu'une très courte période dans le sud du Québec et l'ACIA a retracé et imposé des mesures de contrôle sur tous les animaux qui sont entrés en contact avec eux, afin que la rage du variant du renard arctique ne s'installe pas plus au sud.

Ces deux cas nous démontrent très bien que la rage est toujours présente et que nous devons tous demeurer vigilants. **L'ACIA recommande aux médecins vétérinaires qui sont en contact avec ces organismes d'adoption de les sensibiliser au phénomène de la rage dans le Grand Nord qui est en recrudescence actuellement et de les encourager à cesser leurs activités d'adoption.** Si vous avez des clients qui ont en leur possession un chien qui provient du Grand Nord et que l'adoption de celui-ci remonte à moins de six mois, informez-les des signes cliniques à surveiller et dites-leur de vous contacter s'ils ont le moindre doute. De plus, si un de ces chiens venait à mordre quelqu'un, la victime devrait consulter les services de santé Info-Santé 811.

Quelques statistiques intéressantes :

Nombre de cas de rage vulpine dans le Grand Nord depuis les 10 dernières années :

2002 : 2 renards	2008 : 1 loup
2003 : 1 chien; 3 renards	2009 : 2 chiens; 1 renard; 1 loup
2004 : 3 renards	2010 : aucun
2005 : 1 renard	2011 : 1 chien; 7 renards (dont 6 renards entre septembre et décembre 2011)
2006 : 2 chiens	2012 : 4 chiens; 6 renards (en date du 1 ^{er} mars 2012)
2007 : 1 renard	

Halal, casher, religion et animaux

Par Solange Lefebvre, titulaire de la Chaire Religion, culture et société de la Faculté de théologie et de sciences des religions de l'Université de Montréal

Les abattages halal et casher ont pris beaucoup d'importance dans l'actualité récemment. Ce bref article vise donc à préciser un certain nombre de questions sur le sujet, qui a d'ailleurs fait partie d'une réflexion que j'ai menée sur les rapports entre cultures, religions et animaux, à l'occasion du congrès annuel de l'Ordre des médecins vétérinaires du Québec qui s'est tenu en novembre dernier.

Dans le cadre d'un projet de recherche que j'ai dirigé sur les commissions gouvernementales québécoises s'étant penchées sur la religion, j'ai déniché un mémoire passé inaperçu qui avait été soumis à la Commission Bouchard-Taylor sur le sacrifice animal dans certaines religions (pratiqué non sans cruauté, on le devine), à l'initiative de l'Association des médecins vétérinaires du Québec. L'auteur du mémoire, Dr Claude-André Grenier, y présentait les résultats de ses recherches personnelles sur ce sujet. Il relatait notamment qu'un important jugement américain sur le sacrifice dans une religion d'origine africaine avait protégé la liberté de religion.

Lors du colloque, il a été évidemment question des abattages halal et casher et du sacrifice animal dans certaines religions minoritaires. Le problème central des abattages rituels pratiqués dans le judaïsme et certaines pratiques musulmanes réside dans le fait qu'on interdirait l'insensibilisation avant l'abattage, pour éviter que l'animal ne meure avant d'être totalement vidé de son sang. On remplacerait cette insensibilisation par le tranchement des veines principales du cou, afin d'étourdir l'animal et le vider de son sang. Le sens religieux de cette pratique a trait surtout à la pureté de l'animal, de même qu'à la prière adressée à Dieu avant l'abattage afin de rendre grâce pour la nourriture, bénir l'animal et faire acte spirituel. Les débats concernent surtout la manière d'abattre l'animal.

Au sujet de l'abattage casher, le rabbin Shachar Orenstein, présent au Congrès de l'Ordre le 10 novembre, a expliqué qu'il était lui-même végétarien, et que sa tradition le rendait très sensible aux traitements envers les animaux, du début à la fin de la chaîne alimentaire. Certes, expliquait-il, avec le professeur Ira Robinson, historien du judaïsme, des questions éthiques se posent quant à

cette insensibilisation. Mais qu'en est-il du transport des animaux, de la durée d'attente avant l'abattage et des conditions de vie de l'animal avant sa mort et sa consommation?

Comme plusieurs personnes s'expriment présentement publiquement sur la question de la certification halal et casher, il serait en outre utile d'ajouter que les pratiques musulmanes ne sont pas uniformes sur ces points. Par exemple, j'ai interrogé Sofinae Elketroussi, ingénieur-agronome dans l'usine à volaille Giannone, qui procédait à l'insensibilisation selon les règles canadiennes en vigueur avant l'abattage. Il m'expliquait que l'abattage halal pratiqué après l'insensibilisation avait amélioré la condition de l'animal et diminué son stress.

Voici les techniques qu'il disait employer pour qu'un animal soit licite (halal) :

- Diriger le gosier de la bête vers La Mecque ou le soleil levant, si possible;
- Ne pas montrer le couteau ou la lame à l'animal avant l'abattage;
- Prononcer les paroles « Bismillah » (au nom de Dieu) lors de la saignée et faire une prière « Bismillah Allahu akbar » (au nom de Dieu, Dieu est grand) alors qu'on remercie pour les bienfaits;
- Faire un geste rapide avec un couteau le plus tranchant possible.

Les grands interdits sont, grosso modo :

- Manger un animal déjà mort;
- Manger de la viande de porc;
- Manger des animaux et volailles carnivores.

Bref, dans ce cas, les règles ne diffèrent pas des grandes règles canadiennes, sauf en ce qui concerne la saignée. Dans les prochains mois, avant de poser des jugements généraux sur les pratiques halal et casher et de s'attaquer aux minorités religieuses, il faudrait s'informer adéquatement sur la diversité des pratiques, leurs raisons et leurs significations. D'autant plus que le Québec accuse des retards importants dans le traitement décent des animaux. Comme je l'écrivais dans *La Presse*, en décembre 2011 : « Il est inouï de savoir, voire même horripilant, qu'en tant que « biens » dont on dispose presque à son gré, un nombre

très élevé d'animaux en pleine santé se font euthanasier chaque année, au mieux par un vétérinaire qualifié, au pire par le maître lui-même qui ne souhaite pas engager une dépense. Et que dire des clauses interdisant les animaux de compagnie dans les baux d'un nombre grandissant d'immeubles à logement, qui forcent les propriétaires à liquider chaque année leurs petits compagnons. »

Voilà pourquoi la session d'information organisée dans le cadre du congrès de l'Ordre traitait à la fois des différences culturelles et des questions religieuses. Sur le plan culturel, le colloque cherchait à comprendre pourquoi les sociétés anglo-saxonnes s'avèrent plus avancées sur ces aspects. Leurs racines protestantes, mais aussi leur culture des droits et de la prise en charge responsable des problèmes sociaux, très développées, contribuent à faire d'eux des activistes se trouvant le plus souvent aux premières lignes. Surtout, on trouve parmi eux des propriétaires d'animaux de compagnie exemplaires. L'activisme animal serait d'ailleurs né en Angleterre au 19^e siècle. Lors du colloque, le Dr Claude-André Grenier, relatait que lorsqu'il pratiquait aux États-Unis, jamais ou rarement on ne lui demandait de pratiquer l'euthanasie sur un animal de compagnie. Or, depuis qu'il pratique au Québec, il le fait régulièrement, et souvent pour des raisons triviales.

Selon mon point de vue, les raisons de ce constat sont surtout culturelles. J'observe, par exemple, qu'un grand nombre de grandes races canines proviennent des pays anglo-saxons et germaniques, où l'on trouve des chiens bergers qui collaborent avec l'être humain depuis plusieurs siècles. Se pourrait-il que ces grandes traditions de collaboration aient permis de développer, au sein de ces cultures, un sens plus aigu de la dignité des animaux?

LES RELIGIONS COMME RÉFLEXION ÉTHIQUE SUR LE RAPPORT À L'ANIMAL

Un autre aspect important à prendre en considération est la religion comme source de comportement éthique. Les invités du colloque qui ont parlé du judaïsme rappelaient, par exemple, que plusieurs textes de la Torah juive (repris dans l'Ancien Testament de la Bible chrétienne) en appelaient à un

traitement respectueux des animaux. Parmi les obligations liées au sabbat par exemple, on invitait à laisser reposer le bétail :

Exode 20 :10

« Mais le septième jour est le jour du repos consacré à l'Éternel, ton Dieu; tu ne feras aucun travail ce jour-là, ni toi, ni ton fils, ni ta fille, ni ton serviteur, ni ta servante, ni ton bétail, ni l'étranger qui réside chez toi. »

Exode 23 :12

« Pendant six jours, tu feras tout ton travail, mais le septième jour, tu l'interrompras pour que ton bœuf et ton âne jouissent du repos, et que le fils de ta servante et l'étranger puissent reprendre leur souffle. »

Ce rapport éthique à l'animal se trouve développé de plusieurs manières au sein des religions, et on ne peut ici tout développer à ce sujet. Un autre fait digne de mention est survenu durant le colloque du 10 novembre. Une femme médecin vétérinaire se trouvant dans la salle, musulmane pratiquante, nous expliqua que lorsque les conditions le permettaient, elle refusait de pratiquer des euthanasies d'animaux de compagnie, au nom de sa foi (« tu ne tueras point »), ce qui souleva plusieurs interrogations dans l'auditoire.

En effet, le médecin vétérinaire, comme tout autre professionnel, doit concilier ses obligations professionnelles et ses croyances

religieuses. Dans certains cas, l'état de santé d'un animal peut nécessiter une euthanasie pour des raisons humanitaires. Dans une telle situation, le médecin vétérinaire a l'obligation de respecter son *Code de déontologie* et, s'il ne peut procéder lui-même à l'euthanasie, il devra alors faire appel à un collègue pour abréger les souffrances de l'animal qui lui est confié par le client.

Tout en poursuivant la réflexion sur les abattages rituels, leur sens et les limitations nécessaires, on ne peut perdre de vue celle à mener sur notre éthique collective concernant les animaux.

Par pur hasard, un fait divers avait attiré l'attention de certains médias le dimanche précédent le Congrès, soit le rituel annuel de sacrifice du mouton par des musulmans,

dont certains avaient tué l'animal dans une grange abandonnée, sans supervision. Tous les musulmans ne pratiquent pas ce rituel. Mais s'il est pratiqué par certains d'entre eux en dehors des lieux autorisés, on espère des interventions musclées du MAPAQ (pourvu que des lois fermes le leur permettent) afin de s'assurer qu'il soit pratiqué décemment. Bref, ces questions et bien d'autres furent soulevées lors du colloque, au nom d'une préoccupation commune pour le bien-être animal, de même qu'une grande inquiétude, alors que le Québec tarde à se mettre à jour quant au traitement adéquat des animaux, et ce, sur plusieurs aspects.

Pour conclure, j'inviterais donc à la modération et à une attitude de dialogue dans la manière d'aborder la question de l'abattage halal et casher. D'une part, nos pratiques générales sont bien loin d'assurer le bien-être animal sur plusieurs points. D'autre part, il importe d'inclure des représentants des minorités religieuses impliquées dans la discussion. Quant à notre retard culturel, nous devons y réfléchir. Tout en poursuivant la réflexion sur les abattages rituels, leur sens et les limitations nécessaires, on ne peut perdre de vue celle à mener sur notre éthique collective concernant les animaux. ♦

Pour joindre l'auteur :
solange.lefebvre@umontreal.ca



Événement ANIMA-Québec 2012
Tournoi de golf | Atelier culinaire

Mercredi 13 juin 2012
Club de golf de Saint-Hyacinthe

Tous les détails au www.cdmv.com

anima QUÉBEC

cdmv 40 ans de passion
Organisateur officiel

Vétoquinol Signe de passion
Partenaire officiel

Homage au Dr Guy Fitzgerald :

25 ans d'engagement et de passion au service des oiseaux de proie!

Par Annie Archambault, coordonnatrice du Service des communications de l'Ordre



Dr Fitzgerald avec une buse à queue rousse (Photo : Simon Chaloux)

DES ESPÈCES TROP LONGTEMPS OUBLIÉES

Pendant ses études universitaires, le Dr Fitzgerald travailla au Jardin zoologique du Québec, qui a fermé ses portes en 2006, et au Centre Macdonald de recherche sur les rapaces. C'est à ce moment qu'il eut l'occasion de côtoyer beaucoup d'oiseaux de proie blessés et qu'il constata avec regret que trop d'entre eux étaient euthanasiés, faute de personnel médical pour les soigner. Il déplora alors le fait que les étudiants en médecine vétérinaire n'apprenaient pas à soigner les oiseaux durant leur formation et réalisa l'importance de bâtir une structure pour le soin des oiseaux de proie au Québec.

NAISSANCE D'UN PROGRAMME DE RÉHABILITATION DES OISEAUX DE PROIE

C'est donc en août 1986, alors qu'il n'avait que 23 ans, que le Dr Fitzgerald mit sur pied la Clinique des oiseaux de proie de la Faculté de médecine vétérinaire (FMV) de l'Université de Montréal (UdeM). Il y travailla bénévolement, jusqu'à l'obtention de son doctorat en médecine vétérinaire en 1987, puis de sa maîtrise en sciences cliniques vétérinaires sur l'anesthésie des oiseaux en 1990.

En 1987, peu de temps après avoir créé la Clinique des oiseaux de proie, le Dr Fitzgerald fonda également l'Union québécoise de réhabilitation des oiseaux de proie (UQROP), en collaboration avec le Dr Robert Patenaude du Jardin zoologique du Québec et le Dr David M. Bird du Centre des rapaces.

UN RÉSEAU BIEN STRUCTURÉ

Depuis ses débuts, l'UQROP a pour mandat de structurer un réseau provincial de réhabilitation des oiseaux de proie. C'est elle qui mandate la Clinique de soigner les oiseaux qui sont recueillis et qui veille ensuite à la réhabilitation de ces derniers. À cet effet, l'organisme a mis sur pied un centre de réhabilitation à St-Jude, en Montérégie, où les oiseaux

Né en 1963 à Amos, en Abitibi, le Dr Guy Fitzgerald rêvait de devenir médecin vétérinaire depuis l'âge de 4 ans. Passionné de la nature, il travailla comme animateur durant trois étés au Camp-École Chicobi, un camp d'animation en sciences naturelles. En 1983, à l'aube d'obtenir son diplôme d'études collégiales en sciences de la nature, le Dr Fitzgerald apprit qu'il était accepté à la fois en biologie et en médecine vétérinaire à l'Université de Montréal. Il dut alors faire un choix entre sa passion pour la nature et son rêve d'enfant. Incapable de se résigner à abandonner son ambition de petit garçon, il se dirigea donc en médecine vétérinaire.

peuvent récupérer le temps qu'il faut, ou même rester jusqu'à la fin de leurs jours lorsqu'il leur est impossible de retourner dans la nature.

Dès le début des années 90, l'UQROP a également développé un programme éducatif dans le but de faire connaître les oiseaux de proie et de sensibiliser la population à l'importance de ces derniers dans des écosystèmes fragiles.

LE FINANCEMENT, UN DÉFI!

En tant qu'organisme sans but lucratif, l'UQROP doit autofinancer ses activités. Pour ce faire, elle compte sur la contribution des membres, les dons de particuliers et les revenus générés par ses activités éducatives, dont l'activité « Chouette à voir! », qui permet à la population de visiter le site de St-Jude et de côtoyer de près la plus grande collection d'oiseaux de proie gardés en captivité au Québec. L'organisme a également établi un réseau de partenaires qui lui offrent de l'aide sous forme de dons, de produits et de services.

LES ALLIÉS INCONTOURNABLES QUI ONT CROISÉ SON CHEMIN

Durant sa maîtrise, le Dr Fitzgerald a eu l'occasion de faire un stage en médecine aviaire à l'Université du Minnesota, avec le Dr Patrick T. Redig, puis un second stage en médecine aviaire et exotique au Royal College of Surgeons en Angleterre avec le Dr John E. Cooper. Ces deux individus ont été des mentors pour le Dr Fitzgerald et l'ont beaucoup supporté dans la poursuite de ses activités à la Clinique et à l'UQROP.

D'autres personnes sont devenues de précieux alliés du Dr Fitzgerald. C'est le cas notamment du Dr Patenaude, avec qui il a rédigé le programme de réhabilitation des oiseaux de proie, ainsi que du Dr Stéphane Lair, premier interne devenu par la suite clinicien à la Clinique des oiseaux de proie. Ce dernier s'est beaucoup impliqué

dans le développement de l'UQROP et est aujourd'hui responsable du Service de médecine zoologique de la FMV et du Centre québécois sur la santé des animaux sauvages (CQSAS). L'appui de tous les internes qui ont travaillé à la Clinique depuis ses débuts a également été déterminant. Sans l'apport important de ces gens et de la Faculté de médecine vétérinaire, la Clinique et l'UQROP n'auraient jamais pu se développer autant.

UN HOMME RECONNU ET ENGAGÉ

Depuis le début de sa carrière, le Dr Fitzgerald a remporté de nombreux prix, dont le Trophée Harfang des neiges de la conservation décerné par le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche en 1989, le prix reconnaissance du CDMV reçu en 1995, le prix Reconnaissance « Partenaire essentiel » de la Fondation de la Faune du Québec obtenu en 2003 et celui de l'*Animal Action Award International Fund for Animal Welfare* (IFAW) reçu en 2005. En plus d'être président de l'UQROP, le Dr Fitzgerald est engagé auprès du comité de gestion du Centre québécois sur la santé des animaux sauvages de la FMV de l'UdeM et de l'Équipe de rétablissement des oiseaux de proie du ministère des Ressources naturelles et de la Faune du Québec.

QUAND LA PASSION NOUS TIENT

En 1990, après avoir travaillé plusieurs années à la Clinique des oiseaux de proie, le Dr Fitzgerald eut envie de vivre l'expérience de travailler à l'extérieur des murs de l'Université. Il obtint donc un poste de médecin vétérinaire en pratique privée des petits animaux dans une clinique de Victoriaville, où il travailla pendant 14 mois. Bien qu'il ait apprécié son expérience, il dut se résigner rapidement; sa passion l'appelait et il ne pouvait vivre plus longtemps loin des oiseaux. Il est donc retourné travailler à titre de clinicien à la Clinique des oiseaux de proie, où il travaille maintenant depuis plus de 20 ans!

UNE CLINIQUE TRÈS ACHALANDÉE

À ses débuts, le Dr Fitzgerald se rappelle avoir accueilli jusqu'à 16 oiseaux en une seule journée. À l'époque, il était seul à la Clinique, sans interne pour l'appuyer. Seuls quelques étudiants y travaillaient par intérêt. Il se rappelle avoir dû faire du triage, comme dans les urgences hospitalières d'aujourd'hui, afin de prioriser certains cas et pouvoir sauver un maximum de patients.

Sur le lot d'oiseaux soignés à la Clinique, environ 44 % seront remis en liberté alors que 53 % mourront ou seront euthanasiés.

De nos jours, la Clinique reçoit environ 350 oiseaux par année. Cela semble peu par rapport au secteur des petits animaux de compagnie, mais c'est beaucoup lorsqu'on pense que la Clinique des oiseaux de proie prend les patients en charge du début à la fin (décès, euthanasie ou remise en liberté).

Parmi les oiseaux reçus, plusieurs souffrent de fractures ou de plaies causées par des collisions avec des fenêtres, des fils électriques ou des voitures, alors que d'autres sont présumés orphelins après avoir été recueillis par l'humain qui croyait bien faire. Certains oiseaux sont également victimes de tireurs ou de trappeurs et arrivent avec des balles dans le corps ou des membres mutilés par les pièges.

Sur le lot d'oiseaux soignés à la Clinique, environ 44 % seront remis en liberté alors que 53 % mourront ou seront euthanasiés. Quant aux 3 % qu'il reste, ils seront soignés et gardés en captivité dans une institution zoologique ou au site « Chouette à voir! ».

UN LIEU D'ENSEIGNEMENT UNIQUE

Lorsque le Dr Fitzgerald était étudiant, aucun programme de formation n'existait au Québec pour le soin des oiseaux. Il est donc très fier lorsqu'il constate aujourd'hui que la Clinique accueille une trentaine de stagiaires par année, en plus des internes qui y travaillent. Au total, plus de 250 médecins vétérinaires ont eu l'occasion de collaborer activement au succès de la Clinique depuis ses débuts.

À l'occasion, la Clinique reçoit également la visite d'étudiants bénévoles qui font partie du Club de médecine zoologique. Ils sont une quinzaine à venir régulièrement pour exécuter diverses tâches de nettoyage, ou encore, pour agir comme parrains/marraines des oiseaux ambassadeurs, c'est-à-dire pour tenir ceux-ci sur un gant et les promener afin qu'ils s'habituent à se faire manipuler. Le travail de ces bénévoles est essentiel, car la Clinique est loin d'avoir les moyens de payer un service d'entretien pour ses locaux.



Le Dr Fitzgerald pendant l'examen ophtalmologique d'un pygargue à tête blanche (Photo : Richard Bourassa)

Heureusement, comme la Clinique offre un programme de formation aux étudiants, la FMV lui permet de bénéficier gratuitement de ses locaux et services. La Faculté lui octroie également un certain montant d'argent pour l'achat de fournitures médicales. C'est ainsi que la Clinique arrive à fonctionner avec si peu de moyens financiers. La philosophie du Dr Fitzgerald, c'est faire du mieux possible avec ce que l'on a. Et pour ça, on doit dire qu'il réussit fort bien! À titre d'exemple, lorsqu'il a voulu mettre en place le projet « Chouette à voir! », il n'a pas hésité à faire appel aux Forces armées canadiennes pour construire le pont qui enjambe la rivière qui traverse le site de St-Jude.

SOIGNER AVEC PEU

Même si elle reçoit un certain appui de la Faculté, la Clinique est en situation très précaire depuis ses débuts. En effet, contrairement au Centre hospitalier universitaire vétérinaire (CHUV), la Clinique des oiseaux de proie ne génère pas de revenus. Comme les oiseaux de proie sont des espèces à déclaration obligatoire, le gouvernement accepte de payer pour le transport de ces derniers vers la Clinique. Par contre, la Clinique ne reçoit aucune subvention pour le remboursement des soins qui sont prodigués aux patients, dont la valeur est évaluée à environ 150 à 200 \$ par oiseau.

Comme le souligne le Dr Fitzgerald, « il y a beaucoup de bonne volonté au gouvernement, mais peu d'argent ». Il se souvient qu'à un certain moment, un fonctionnaire qui était particulièrement sympathique à sa cause avait réussi à débloquent un fonds de 9 550 \$ pour soutenir la Clinique, sans avoir à obtenir l'approbation du Conseil du Trésor. Toutefois, au bout de trois ans, le gouvernement a malheureusement dû lui retirer cet appui. Comme il le dit souvent, le Dr Fitzgerald reçoit beaucoup de tapes sur l'épaule, mais peu d'aide financière! Pourtant, le nombre d'oiseaux acheminés à la Clinique, lui, ne diminue pas. Ce qui veut dire qu'elle répond à un besoin bien réel.

UN SERVICE ESSENTIEL

Avant la création de l'UQROP, lorsqu'un agent de protection de la faune trouvait un oiseau blessé, il le déclarait au bureau du ministère, mais l'oiseau finissait souvent par être euthanasié car l'expertise nécessaire pour le soigner et veiller à sa réhabilitation n'était pas disponible. De nos jours, les oiseaux de proie blessés peuvent être acheminés dans l'un des nombreux points de chute du Québec, pour ensuite être transportés par messenger directement à la Clinique des oiseaux de proie afin d'être traités convenablement. Vous devinerez donc qu'aujourd'hui, les agents de la faune s'entendent pour dire que l'UQROP offre un service essentiel.

PARMI LES PLUS IMPORTANTS CENTRES DE RÉHABILITATION EN AMÉRIQUE DU NORD

Lorsqu'il a fondé l'UQROP, le Dr Fitzgerald savait qu'il répondait à un besoin criant, mais il était loin de penser que l'organisation se développerait autant. « L'objectif est demeuré le même depuis le début, mais jamais je n'aurais pu présager que cela prendrait autant d'ampleur, et surtout, que ça durerait aussi longtemps », avoue-t-il. Selon une enquête effectuée au milieu des années 90 auprès d'une centaine de centres de réhabilitation d'oiseaux de proie en Amérique du Nord, l'UQROP se situerait parmi les 5 centres majeurs en ce qui concerne son achalandage.

L'activité « Chouette à voir! » attire entre 6 000 et 7 000 visiteurs chaque été à St-Jude. L'équipe de l'UQROP effectue également plus de 200 visites dans les écoles, bibliothèques et lieux publics chaque année. Au début, le Dr Fitzgerald faisait lui-même les visites. C'est ainsi qu'il a bâti le programme éducatif de l'UQROP. Il a toujours eu un intérêt personnel pour la communication avec les jeunes et l'idée de pouvoir marquer ceux-ci par ses enseignements le motive beaucoup. Il a d'ailleurs été très ému récemment, lorsqu'une candidate en entrevue lui a mentionné qu'elle souhaitait travailler au sein de l'organisme car elle avait été marquée par la visite de l'UQROP à son école primaire.

UNE ÉQUIPE PASSIONNÉE

L'équipe permanente de l'UQROP est composée de trois personnes. Ce sont des gens extrêmement polyvalents et passionnés, qui travaillent pour des salaires trop bas, selon le Dr Fitzgerald.

Durant l'été, en raison de l'achalandage qu'engendre l'activité « Chouette à voir! », l'UQROP doit généralement engager trois personnes additionnelles et faire appel aux services de deux bénévoles par jour. À cet effet, l'organisme gère une banque de quarante à soixante bénévoles pour répondre aux besoins en période estivale. Parmi ceux-ci, il y a bien sûr des médecins vétérinaires et des ornithologues, mais également des gens issus de tous les domaines, retraités ou non, qui sont passionnés d'oiseaux.

PLUSIEURS MENACES PLANENT À L'HORIZON

Même après les 25 années d'existence de l'UQROP, le Dr Fitzgerald doit relever de nombreux défis. Premièrement, la Clinique est menacée par la destruction éventuelle de la bâtisse où elle est située. C'est pourquoi il travaille d'arrache-pied pour faire connaître la Clinique et l'UQROP, dans l'espoir que des gens ou des organisations soient sensibles à sa cause et acceptent de collaborer financièrement à la relocalisation et à l'aménagement d'une nouvelle clinique.

L'autre menace qui le guette, c'est le roulement du personnel. Présentement, l'UQROP a la chance de pouvoir compter sur trois employés permanents très dévoués, qui tiennent l'organisation à bout de bras depuis longtemps. Mais la journée où l'un d'eux quittera l'organisme, tout sera à refaire. Pour engager des gens compétents et aussi polyvalents, il faut du temps et de l'argent, ce que l'organisme n'a pas assez.

UNE QUESTION DE RÉSEAUTAGE ET DE MARKETING

Lorsqu'on se lance dans un projet d'une telle envergure en ne partant de rien, on se rend compte rapidement que l'on se bute souvent le nez à des portes fermées. Depuis ses débuts en tant que président de l'UQROP, le Dr Fitzgerald doit constamment faire du réseautage s'il veut que l'organisme survive, ce qui exige beaucoup de temps et d'efforts de sa part.

C'est pourquoi, si c'était à refaire, le Dr Fitzgerald tenterait de s'associer à un professionnel en gestion et en marketing, qui pourrait l'appuyer dans son rôle de développement. « Ce qu'il manque à la structure de l'UQROP, c'est un directeur général qui saurait amener l'organisation à un niveau supérieur », dit-il. Certains pourraient penser qu'il est utopique de croire qu'une personne ayant ce profil accepterait de faire ce travail bénévolement, mais il est toujours permis de rêver... Après tout, le Dr Fitzgerald le fait bien, lui, depuis 25 ans!

C'est d'ailleurs pour cette raison qu'il nous apparaissait important de rendre **hommage à cet homme passionné, qui a su faire preuve de persévérance et de leadership et qui a contribué à l'essor de la profession dans un domaine encore méconnu.** ♦



Remise en liberté d'un faucon émerillon par Pauline Delnatte, ex-interne à la COP (photo : Guy Fitzgerald)

Nouvelles parutions

L'ORDRE DES MÉDECINS VÉTÉRINAIRES DU QUÉBEC VOUS PROPOSE QUELQUES SUGGESTIONS DE LECTURE.

Ces ouvrages sont en vente en ligne, entre autres, à l'adresse www.lmslivre.com. On peut aussi joindre la Librairie médicale et scientifique par téléphone, en composant le 450 464-3166.



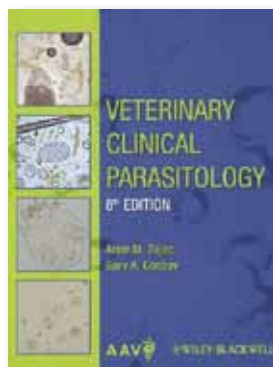
CPS Compendium des produits et spécialités pharmaceutiques

*disponible aussi en version anglaise

Auteur : CPHA

Ce compendium est la source de référence canadienne sur les pharmacothérapies. Il contient plus de 2000 monographies de médicaments, vaccins et produits naturels, dont 134 monographies de nouveaux produits lancés sur le marché canadien. Le CPS renferme également des outils cliniques, des illustrations de produits et un répertoire des sources d'informations sur les médicaments et les soins de santé. De plus, un index croisé complet des dénominations communes et des noms déposés vous aide à retrouver facilement le produit que vous cherchez.

Prix spécial LMS : 256,50 \$ (anglais : 247 \$)



Veterinary Clinical Parasitology 8th Edition

Auteur : Zajac

Cet ouvrage met l'accent sur l'identification morphologique des parasites internes et externes des animaux domestiques. Il se concentre sur les tests et les renseignements les plus pertinents en regard de la pratique quotidienne et décrit des techniques précises et économiques permettant de diagnostiquer les infections parasitaires chez les animaux. Outre une information claire et facile à retrouver sur la distribution, le cycle de vie et l'importance de chaque parasite, ce livre contient plus de 450 images utiles au diagnostic. Il s'agit d'une source de référence indispensable aux cliniciens, aux techniciens et aux étudiants.

Prix spécial LMS : 73,15 \$



Canine and Feline Dermatology Drug Handbook

Auteur : Koch

Ce guide complet se veut un résumé des médicaments dermatologiques oraux, topiques et injectables destinés aux chats et aux chiens. On y retrouve des renseignements essentiels sur chaque médicament, notamment les indications, les contre-indications, le mode d'action, la posologie, les préparations offertes, les effets secondaires, les interactions médicamenteuses et la surveillance nécessaire. Le nom générique ainsi que les noms commerciaux (américain et européen) de chaque produit sont indiqués pour faciliter la recherche. En clinique, ce livre constitue une référence essentielle rapide à consulter, idéale à la fois pour les médecins vétérinaires généralistes et les spécialistes de la dermatologie.

Prix spécial LMS : 73.25 \$

ERRATUM

Veuillez noter que le *Manuel de chirurgie des tissus mous chez le chien et le chat* paru dans l'édition de février aurait dû être annoncé à 214,65 \$, et non à 73,25 \$. Nous nous excusons des incon vénients occasionnés par cette erreur.

Merci à nos partenaires

OR



ARGENT



BRONZE



Merci à nos annonceurs

Compagnie	Descriptif	Page
Novartis	Fortekor	2
Bayer	K9 Advantix	5
Novartis	Deramaxx	7
Novartis	Atopica	9
Banque Nationale	Le meilleur ami de votre portefeuille	14

Compagnie	Descriptif	Page
Novartis	Adequan	17
Merck	Metricure	23
Merck	PIR Bovin	31
Mondou	Votre fidèle partenaire	33
Novartis	Sentinel	68

PETITES ANNONCES

En raison de sa politique de publicité, l'Ordre n'accepte pas les petites annonces faisant une référence négative aux services de garde ou d'urgence. Afin de faciliter la rédaction d'annonces concernant la recherche d'un médecin vétérinaire, nous vous suggérons plutôt de mettre l'accent sur les horaires flexibles et le respect des exigences en cette matière.

Quelques exemples à utiliser :

- « La clinique possède une entente pour ses services de garde et d'urgence et respecte les normes minimales et la Loi »;
- « La clinique propose un horaire flexible ».

L'Ordre consentira une gratuité pour toute utilisation d'une ou de plusieurs phrases traitant des services d'urgence en fonction de la présente politique. Ainsi, aucune surcharge ne sera attribuée à l'annonceur exclusivement pour toute référence ayant trait aux services de garde, aux services d'urgence ou aux horaires flexibles.

OFFRES D'EMPLOI – ANIMAUX DE COMPAGNIE

Notre équipe jeune et dynamique est à la recherche d'un ou d'une vétérinaire pour compléter notre équipe actuelle composée de 3 vétérinaires à temps plein, d'une vétérinaire à temps partiel, de 3 TSA et 3 réceptionnistes. Les congés de maternité s'enchaînant rapidement nous sommes à bout de souffle et aurions besoin d'aide. Nous sommes ouverts à la possibilité d'un poste à temps partiel, quoiqu'un temps plein serait idéal.

La clinique est située à 1 h 15 de Montréal et offre une médecine actuelle à une très belle clientèle établie depuis plusieurs années déjà. La clinique vétérinaire Mont-Tremblant est très bien équipée : chirurgie au laser, radiographie numérique, échographie, laboratoire complet et nouvel appareil à dentisterie. La durée du contrat est indéterminée pour le moment, mais d'au moins 18 mois. Il est toutefois fort possible que nous prolongions le contrat, notre besoin pouvant aller de plusieurs années à un poste permanent puisque la clinique connaît une belle croissance depuis les 3 dernières années.

Si vous avez envie d'un emploi stimulant avec une belle qualité de vie dans un environnement enchanteur, contactez-nous, nous attendons de vos nouvelles!

Julie Robillard et Marie-Josée Hupé
Clinique Vétérinaire Mont-Tremblant
T : 819 425-9855
C : cvmt2009@hotmail.com
ou julie_vet@hotmail.com

Clinique vétérinaire Contrecoeur - Nouvelle clinique ouverte en novembre 2011. Bâtiment neuf, 2000pi² très fonctionnel, entièrement équipé à neuf (radiographie numérique, Logivet, détartreur/polisseur, Doppler, Oxymètre, appareil anesth., bain+corrugué, etc.). Située sur la Rive-Sud de Montréal sur l'autoroute 30 (à 20 minutes de la jonction de la 20 et de la 30).

Emploi permanent à temps plein sur semaine de 3 jours de 9 h à 20 h. Pourrait aussi offrir un temps partiel. Contacter :

Dre Annie Lemyre, m.v.
T : 450 587-5600 (mardi et mercredi)
ou cell. : 819 473-3423
C : annielemyre@gmail.com

L'hôpital vétérinaire Ste-Thérèse est à la recherche d'un(e) vétérinaire pour un poste à temps partiel permanent (environ 20 heures). Ce poste sera disponible au début de juin 2012.

L'hôpital fondé il y a 45 ans possède tous les équipements nécessaires pour pratiquer une médecine de qualité. Des projets d'expansion sont prévus. L'équipe est composée de 5 vétérinaires, 7 techniciennes en santé animale, 2 secrétaires et 3 animalières. L'ambiance de travail est détendue. Les avantages sociaux sont très nombreux.

Pour plus d'information sur notre hôpital, vous pouvez consulter notre site web :

www.hvst.ca
Dr Mario Giard m.v.
260, boulevard Labelle
Ste-Thérèse QC J7E 2X7
T : 450 430-6060
F : 450 430-6848
C : hvst@hvst.ca

L'Hôpital vétérinaire Prévost, situé dans la belle région des Laurentides à 40 minutes de Montréal, recherche un médecin vétérinaire à temps plein ou partiel. Nous offrons des conditions avantageuses pour travailler avec une clientèle agréable et une équipe de soutien efficace. Possibilité de traiter les animaux exotiques si vous avez un intérêt pour cette médecine. L'hôpital est bien équipé, offrant la chirurgie au laser, la radiographie numérique, les analyses sanguines et l'échographie. N'hésitez pas à nous rencontrer pour une visite!

Dr Simon Lachance, m.v.
Dr Michael Palmer, m.v.
T : 450 224-4460
F : 450 224-4376
www.hopitalveterinaire.com

La Clinique vétérinaire du Témiscamingue, oeuvrant dans la pratique mixte, est à la recherche d'un médecin vétérinaire à temps complet pour le service des petits animaux. L'équipe est composée de 3 médecins vétérinaires, 2 TSA et 2 réceptionnistes. De plus, des projets d'expansion sont prévus dans un futur rapproché.

Venez vous joindre à une agréable équipe de travail dans une région où il fait bon vivre. Que vous soyez à la recherche d'un défi à court, moyen ou long terme, vous êtes les bienvenus! Contacter :

Dr Guy Marchand, m.v.
T : 819 728-2234
C : clin.vet.ga@cablevision.qc.ca

Vétérinaire recherché(e) à temps partiel ou à temps plein. Clinique vétérinaire bien équipée, laboratoire sur place. Intérêt pour la chirurgie un atout. Possibilité d'association. Située à Saint-Jérôme au nord de Montréal. Si intéressé(e), communiquer avec :

Dre Danielle Beauséjour, m.v.
T : 450 432-2228
C : daniellebeausejour@yahoo.com

La Clinique vétérinaire de Granby est à la recherche d'un(e) vétérinaire d'animaux de compagnie pour un remplacement d'une durée de 6 mois (mars à août 2012), temps plein ou partiel. Horaire et conditions à discuter. Veuillez communiquer avec :

Dre Solenne Courtemanche, m.v.
T : 450 378-5108
C : solenne@vetgranby.com

Interne recherché(e), vous êtes disponible à temps plein, votre dynamisme et votre désir de relever de nouveaux défis vous caractérisent! L'Hôpital vétérinaire de l'Est a besoin de vous! Veuillez faire parvenir votre CV à l'attention de :

Dre Laure Cosimano, m.v.
F : 514 355-5145
C : aramisportos@yahoo.ca

L'Hôpital vétérinaire de Rawdon est présentement à la recherche d'un médecin vétérinaire en pratique des petits animaux. Il s'agit d'un poste à temps plein préférablement où le bilinguisme est un atout. La nouvelle bâtisse datant d'avril 2008, a été stratégiquement conçue afin de respecter nos principales valeurs, qui sont le professionnalisme, les soins et la santé des animaux, la qualité des services et le confort des employés. L'hôpital dispose d'un équipement professionnel récent, dont un appareil de radiologie numérique (DR) et un laboratoire interne permettant de faire nos principaux bilans sanguins sur place. L'équipe dynamique et dévouée est composée de vétérinaires, TSA, réceptionnistes, animalières et toiletteuses.

Situé à une soixantaine de kilomètres au nord de Montréal, au cœur de Lanaudière, Rawdon regorge d'activités et d'attractions pour tous les âges et tous les goûts. Paysages magnifiques, d'attractions naturels exceptionnels, espaces verts, lacs et cours d'eau abondants, cette municipalité saura vous enchanter! Contacter :

Dre Marjolaine Perron, m.v.
T : 450 834-5563
C : hopvetrawdon@hotmail.com

Clinique vétérinaire Lemyre - Située à Sorel-Tracy, clinique vétérinaire établie depuis plus de 30 ans, rénovée en 2011 : 2 salles de consultation, 2 salles de chirurgie, 1 salle pré-op avec place pour dentisterie, bien équipée (radiographie avec développeur numérique, hématologie/biochimie, monitoring anesth., Doppler, oxymètre, moniteur resp., 3 appareils anesth., bain+Corrugé, Logivet, etc. Recherche un vétérinaire temps plein ou temps partiel pour compléter une équipe de 3 vétérinaires. Horaire sur semaine + 1 fin de semaine par mois (samedi matin et dimanche matin). Contacter :

Dre Annie Lemyre, m.v.
T : 450 742-3252
ou cell. : 819 473-3423
C : annielemyre@gmail.com

Clinique vétérinaire de taille moyenne pour petits animaux, située à St-Eustache, recherche un médecin vétérinaire pour un poste à temps plein, permanent. Ambiance conviviale, personnel expérimenté et stable : 2 TSA, 2 étudiantes-TSA, 2 secrétaires, 1 animalière et 2 vétérinaires. De 30 à 40 heures par semaine selon votre préférence, le samedi matin en rotation, horaire à discuter. Nous possédons la radiologie numérique et le laboratoire sanguin sur place. Pour informations, veuillez communiquer avec :

Dr André Leblanc, m.v., propriétaire
B. : 450 491-0392
ou à la maison
T : 450 491-4866
C : a1.leblanc@videotron.ca

Au plaisir de se rencontrer!

Plateau Mont-Royal – Dans un environnement entièrement rénové et moderne, le ou la vétérinaire qui se joindra à notre équipe pratiquera une médecine de pointe à l'aide de technologies récentes pour le plus grand bien-être des animaux. Expérience en chirurgie un atout. Condition salariale concurrentielle. Formation continue et inscriptions à l'Ordre et à l'Académie payées. Poste à temps plein ou partiel. Au plaisir de vous rencontrer!

Dr Louis Journet, m.v.
T : 514 521-0647
C : hopitalveterinairejournet@hotmail.com

Vétérinaire pour animaux exotiques (oiseaux, reptiles et petits mammifères) recherché. Vous êtes disponible à temps plein, votre dynamisme et votre désir de relever de nouveaux défis vous caractérisent! L'Hôpital vétérinaire de l'Est a besoin de vous! Veuillez faire parvenir votre CV à l'attention de :

Dre Laure Cosimano, m.v.
T : 514 355-8322
F : 514 355-5145
C : aramisportos@yahoo.ca

St-Jérôme/Mirabel – Clinique vétérinaire Bellefeuille/Bureau vétérinaire St-Canut - Nous sommes à la recherche d'un médecin vétérinaire pour un poste permanent temps plein ou temps partiel en consultation dans le domaine des animaux de compagnie. Disponibilité immédiate et rémunération selon expérience. Équipe dynamique où qualité de médecine et qualité de vie font bon ménage. Pour plus d'informations, communiquer avec :

Dr Martin Labelle, m.v.
T : 450 565-0751

L'Hôpital vétérinaire Vimont inc., situé à Laval, est à la recherche d'un médecin vétérinaire pour un poste à temps plein ou temps partiel, en pratique des petits animaux (chiens, chats et exotiques). Notre équipe est composée de 6 vétérinaires et six TSA. Le service à la clientèle, la qualité des soins ainsi que le bien-être de nos patients sont pour nous une priorité. L'Hôpital est ouvert 7 jours par semaine.

Voici ce que l'Hôpital vous offre :

- Un équipement composé d'un appareil à échographie, ECG, doppler, oxymètre, radiographie numérique, chirurgie au laser, cage à oxygène, laboratoire complet sur place et plus;
- Une rémunération et des conditions compétitives selon l'expérience;
- Une prime pour le travail de fin de semaine;
- Une couverture d'assurance collective assumée en partie par l'employeur, si temps plein;
- Les cotisations de l'OMVQ, l'AMVQ de même que la couverture d'assurance responsabilité;
- Un budget pour la formation continue;
- Une équipe de TSA et de vétérinaires d'expérience saura vous apporter un soutien en tout temps pour vos questions et interrogations médicales.

Veuillez contacter :

M^{me} Claudine Bellemare
Gérante administrative
Dre Marie-Josée Hupé, m.v.
ou Dr Daniel Bélisle, m.v.
T : 450 622-3804

Faire parvenir vos CV par télécopieur au :
F : 450 622-5860
Par courriel
C : cbellemare@hopitalvetvimont.com

Hôpital vétérinaire Vimont inc.
4790, boul. des Laurentides
Laval QC H7K 2J5

Hôpital vétérinaire Iberville-Missisquoi, St-Jean-sur-Richelieu – Recherchons présentement un médecin vétérinaire en médecine et chirurgie des animaux de compagnie, poste à temps partiel, pour faire équipe avec Dre Claudine Vigneault et Dre Dominick Rathwell Deault. Nombre d'heures et horaire à discuter. Jeune équipe dynamique et belle clientèle. Contacter :

M^{me} Renée Giroux
T : 450 524-0524

La Clinique vétérinaire de Luceville recherche un(e) vétérinaire pour pratiquer auprès des animaux de compagnie.

Le poste serait à temps complet. Les conditions de travail et le salaire sont à discuter. La clinique œuvre dans des locaux fraîchement construits, spacieux et bien équipés (radiologie numérique, etc.).

Nous sommes situés à 15 minutes du centre-ville de Rimouski et à 3 minutes de la plage de Ste-Luce.

Au Plaisir

Dre Christine Côté, m.v.
Clinique vétérinaire de Luceville
221, Rang 2 Ouest
Ste-Luce QC G0K 1P0
T : 418 739-5353

L'Hôpital vétérinaire Cuivre & Or situé à Rouyn-Noranda, est à la recherche d'un médecin vétérinaire pour un poste à temps complet en pratique des petits animaux. Les tâches sont réparties entre la chirurgie et la médecine.

La personne qui occupera ce poste aura l'opportunité de travailler avec une équipe de 3 autres médecins vétérinaires. Nous offrons un service de garde, actuellement réparti entre 8 vétérinaires de la région de l'Abitibi-Témiscamingue.

La clinique, à la fine pointe de la technologie, est dotée d'un appareil de radiographie numérique, d'un échographe et d'équipements chirurgicaux avancés. L'équipe est formée de 3 vétérinaires, de 7 techniciennes en santé animale, 1 animalière et une réceptionniste.

Les personnes intéressées par ce poste peuvent faire parvenir leur curriculum vitae à l'attention de :

Dr Christian Rancourt, m.v.
T : 819 764-5959
C : cuivreor@tlb.sympatico.ca
100, 14^e Rue
Rouyn-Noranda QC J9X 2J1

Au plaisir de vous accueillir dans notre équipe!

Médecin vétérinaire recherché dans le domaine des petits animaux pour chirurgie et médecine, à Jonquière. Clinique très chaleureuse et excellent service à la clientèle. Horaire sur 4 jours (environ 30-35 heures) 1 samedi matin sur deux. Poste disponible dès mars-avril 2012.

Vous pouvez me contacter par courriel :

audreyemond@videotron.ca
Ou au téléphone :
418 548-1114
Au plaisir de vous parler!
Dre Audrey Émond, m.v.

La Clinique vétérinaire Féline de Montréal recherche un(e) médecin vétérinaire pour un poste à temps partiel, permanent environ 20 heures par semaine. Doit être bilingue, minimum 2 ans d'expérience ou internat. Équipe dynamique, très bonne clientèle, services complets : médecine, chirurgie, dentisterie, labo, radio, écho pour chats. Possibilité d'association. À qui la chance?

Dre Martine Trudel, m.v.
T : 514 284-3178
C : lavidel@sympatico.ca

Nous recherchons un(e) vétérinaire pour un poste avec une équipe jeune et dynamique. Nous offrons un service personnalisé avec une clientèle agréable à qui nous proposons la pratique générale, les chirurgies de routine, mais aussi les chirurgies orthopédiques (plaques et vis, tige, ligament croisé, arthroplastie, etc.). La clinique est ouverte du lundi au vendredi et possède la radiographie numérique, un laboratoire d'analyse IDEXX et un appareil d'échographie portable disponible. Nous sommes aussi ouverts aux vétérinaires désirant apporter à la clinique une nouvelle spécialité (exotiques, comportement, etc.). La qualité de vie des employé(e)s est pour nous une priorité. Nous sommes dans un secteur où les activités de plein air et la nature sont au rendez-vous. Contacter :

La Clinique vétérinaire du Dr Pierre Héroux
Mont-Laurier
T : 819 623-2428
C : cliniquevetheroux@lino.com

L'Hôpital vétérinaire des Bois-Francis est à la recherche d'un(e) vétérinaire en pratique des animaux de compagnie pour se joindre à une équipe dynamique de 10 vétérinaires (4 en pratique des petits animaux et 6 en pratique des grands animaux), 7 techniciennes et 1 réceptionniste. L'Hôpital se situe dans la belle région des Bois-Francis, à Victoriaville.

L'emploi offert est un poste à temps plein, permanent. L'horaire est flexible et la charge de travail est de 25-30 heures par semaine (semaine de 4 jours).

Le travail quotidien se compose de médecine et de chirurgie. L'Hôpital est moderne, bien organisé et bien équipé. Au plaisir de vous rencontrer!

Pour plus d'informations, communiquer avec :

Dre Marlène Bédard, m.v.
ou Dre Marie-Michèle Paré, m.v.
T : 819 357-8281

L'Hôpital vétérinaire de l'Est est à la recherche d'un(e) vétérinaire dynamique ayant le goût d'évoluer dans une entreprise stimulante à la fine pointe de la technologie. Le poste offert est à temps plein et immédiat. Afin de vous renseigner sur l'établissement visitez-le :

www.monvet.com

Envoyer votre CV à :
Dre Laure Cosimano, m.v.
F : 514 355-5145
C : aramisportos@yahoo.ca

Voici une occasion en or de faire partie de notre petite équipe pleinement engagée qui œuvre dans un esprit d'écoute, d'éducation et de soutien envers nos clients. La mission de la clinique est d'offrir à nos patients des soins de haute qualité et une médecine actuelle en étant toujours à l'affût des nouvelles connaissances.

La clinique procure un environnement plaisant et assure le bien-être des clients, des patients et des employés. Nous recherchons un vétérinaire prêt à relever de nouveaux défis et à se joindre à 3 médecins vétérinaires, 3 TSA bien formées, 1 assistante et 2 réceptionnistes. Nous offrons un horaire stable et personnalisé.

Visitez-nous au :

www.cvbucksingham.com
Dre Julie Blanchard, m.v.
Clinique vétérinaire de Buckingham
T : 819 281-0832

Chambly St-Hubert – Médecin vétérinaire demandé à temps plein ou partiel permanent pour venir rejoindre une équipe de 5 vétérinaires, 7 techniciennes, 3 réceptionnistes, 1 animalier et plusieurs mascottes! Navette entre 2 hôpitaux vétérinaires situés à une distance de 10 minutes. Un hôpital neuf de 4 200 pi², équipement de fine pointe : échographie, rayon-X numérique ECG, tonomètre, etc. Roulement intéressant de 5 à 7 cas et de 7 à 10 cas de médecine et de chirurgie respectivement tous les jours.

Plusieurs avantages (Ordre, AMVQ et assurance collective) payés. Salaire selon expérience. Pour de plus amples renseignements, communiquer avec :

Hôpital vétérinaire de la Montérégie
Dre Caroline Grondin, m.v.
ou Dr Patrick Aillerie, m.v.
T : 450 443-0893
ou 450 447-0838

VOUS CHERCHEZ UNE QUALITÉ DE VIE? Nous cherchons 1 vétérinaire bilingue prêt(e) à se joindre à nous, soit à temps plein ou à temps partiel. Nous offrons des soins vétérinaires aux animaux domestiques dans un milieu semi-rural des collines de la Gatineau, milieu enchanteur pour les amateurs de plein air à seulement 20 minutes du centre-ville d'Ottawa. Avec 2 locaux situés à Wakefield et Chelsea, la pratique s'accroît tout en bénéficiant d'une clientèle fidèle et d'employées expérimentées. Une pratique de médecine de haute qualité ainsi qu'une bonne communication avec les clients nous sont prioritaires. Le salaire compétitif dépendra de l'expérience du candidat/candidate; la formation continue est payée et la clinique possède une entente pour ses services de garde et d'urgence. Vos intérêts particuliers seront intégrés et il y a possibilité de devenir partenaire. SVP contacter :

Dr Mark Froimovitch, m.v.
ou Dre Penny Wootton, m.v.
T : 819 827-1665
ou 819 459-2146

La clinique vétérinaire de Lavaltrie inc. - Nous invitons à s'intégrer à notre équipe, à temps plein ou temps partiel :

Un médecin vétérinaire (avec possibilité d'association) et 1 technicien(ne) en santé animale. Nous offrons un cadre de travail très attrayant et enrichissant. Nous avons une équipe dynamique de 14 personnes, dont 2 vétérinaires d'expérience et 8 techniciennes. Très bonnes conditions. Clinique située en campagne à 30 minutes de Montréal et 45 minutes de Trois-Rivières. Vous pouvez nous contacter en toute confidentialité au :

T : 450 586-4435
F : 450 586-4415
C : christophemiran@hotmail.com
Web : cliniqueveterinairelavaltrie.com
Clinique vétérinaire Lavaltrie
2100, rue Notre-Dame
Lavaltrie QC J5T 1N7

L'Hôpital vétérinaire de Mont-Laurier est à la recherche d'un(e) médecin vétérinaire, à temps plein ou partiel, dans la pratique des animaux de compagnie. Situé dans la magnifique région des Hautes-Laurentides, notre établissement est en pleine expansion et très bien équipé. Nos horaires sont flexibles, le salaire est intéressant et les services de garde et d'urgence sont partagés en fonction du nombre de praticiens. Faites partie d'une équipe dynamique pour qui la qualité de vie est importante. Pour plus de renseignements, contacter :

Dr Gilbert Vincent, m.v.
ou Dr Nicolas Chamberland, m.v.
T : 819 623-5577

Nous sommes à la recherche d'un médecin vétérinaire préféablement à temps plein pour faire partie de notre équipe dans un hôpital très bien équipé, doté d'un personnel de soutien technique adéquat et situé à Montréal. Nous possédons aussi 2 hôpitaux sur la Rive-Sud. Nous privilégions un service personnalisé et très attentionné pour nos clients; nous visons une très haute qualité de soins pour nos patients. Si vous êtes intéressés, veuillez nous contacter :

Dre Christine Carle, m.v.
ou Dre Chantal Riendeau, m.v.
Hôpital vétérinaire Victoria
T : 450 671-0497

Dans la belle région du Saguenay-Lac-St-jean, à Alma, la Clinique vétérinaire Sagamie recherche un ou deux médecins vétérinaires pour la pratique des petits animaux. Poste à temps plein, mais également possibilité d'un temps partiel si désiré. Nous offrons un salaire très compétitif, un horaire flexible, la formation continue ainsi que les cotisations de l'OMVQ et de l'AMVQ. Beau projet d'agrandissement dans un avenir très rapproché et possibilité d'avancement rapide si intéressé.

Si vous avez envie de pratiquer une médecine de qualité dans un milieu stimulant où l'ambiance de travail est agréable avec une équipe jeune et dynamique en plus d'avoir une belle qualité de vie conciliant travail-famille-loisir, n'hésitez pas à nous contacter.

Dr Gilles Bouchard, m.v.
Directeur du personnel
M^{me} Martine Truchon
Secrétaire administrative
T : 418 662-6573
F : 418 662-0396
C : vetsagamie@qc.aira.com

Endroit idéal pour l'épanouissement professionnel; un choix certain et sécuritaire! Le couple vétérinaire est bienvenu car 2 véto ne seraient pas de trop. Rémunération > 60 000 \$. Outre le remboursement des frais pour la formation continue et l'AMVQ, une prime à l'effort est allouée de façon semi-annuelle. Horaire vacances. Et on est à moins de 2 heures de Québec. Veuillez contacter :

Dr Robin Tremblay, m.v.
Clinique vétérinaire Chicoutimi
2151, boul. St-Jean-Baptiste
Chicoutimi QC G7H 7V9
T : 418 545-2088
F : 418 545-2040
C : nichierie@hotmail.com

L'Hôpital vétérinaire Rive-Nord, situé à Repentigny, recherche un médecin vétérinaire à temps plein. L'Hôpital est très bien équipé et a une clientèle établie et motivée. Nous recherchons une personne dynamique afin de compléter notre équipe. Nous offrons un salaire et des avantages très compétitifs, qui sont proportionnels à la formation acquise, la disponibilité et l'expérience. Vous pouvez contacter :

Dr André Brunet, m.v.
T : 450 582-3796
C : hovvetm@videotron.ca

Nous sommes une équipe de 3 médecins vétérinaires et 6 TSA et recherchons présentement un ou une médecin vétérinaire. Horaire flexible et intéressant avec plusieurs matins de chirurgie. Possibilité de 20-35hres/semaine. Assurance collective, formation continue et rabais employés très intéressants. Le salaire sera à discuter, selon l'expérience du candidat. Si vous désirez travailler avec une équipe dynamique dans un climat amical, contactez :

Dre Julie Lessard, m.v.
Clinique vétérinaire du Vieux Dorion
204, avenue St-Charles
Vaudreuil-Dorion QC J7V 2L3
T : 450 424-6469

Hôpital vétérinaire Ami Fidèle, situé à St-Jean-sur-Richelieu, recherche 1 médecin vétérinaire à temps partiel, de 25 à 30 h/semaine pour faire partie d'une équipe dynamique de 5 médecins vétérinaires. Nous traitons les animaux de compagnie ainsi que les animaux exotiques. Clientèle fidèle et agréable. Salaire compétitif. Formation continue payée. Pour tout autre renseignement, contacter :

Dr Francis Caignon, m.v.
T : 450 346-5131

Clinique vétérinaire située sur la Rive-Sud de Montréal cherche un ou une médecin vétérinaire à temps partiel pour compléter son équipe. Bonne ambiance de travail. Clientèle agréable et en expansion. Pour plus de renseignements, contacter :

Dr Jean Bertrand, m.v.
T : 450 678-3929

Trois-Rivières – Hôpital vétérinaire bien établi (1975) demande un médecin vétérinaire en pratique des animaux de compagnie pour un poste permanent, une carrière à long terme, une participation ou un poste à temps partiel. Bonnes conditions. Contacter :

Guy ou Sylvie
T : 1 888 373-3912

OFFRES D'EMPLOI – GRANDS ANIMAUX ET/OU MIXTES

La clinique vétérinaire St-Alexis-de-Montcalm dans Lanaudière est à la recherche de 2 vétérinaires pour se joindre à une équipe de 7 vétérinaires en pratique bovine (90% bovins laitiers). Nous couvrons la couronne nord de Montréal (Mirabel-Laval-Joliette-L'Assomption). Nous préconisons l'esprit d'équipe, la qualité de vie et l'initiative. Les services offerts par la clinique incluent : DSA, transfert d'embryons et médecine préventive. N'hésitez pas à venir nous rencontrer.

Clinique vétérinaire St-Alexis
T : 450 839-2208
Marie-Hélène Forget
T : 450 315-0683
C : mh.forget@videotron.ca
Sylvain Forget
T : 450 666-1068
C : sylvain_forget@videotron.ca

Services vétérinaires St-Bernard offre un emploi en pratique bovine pour faire partie d'une équipe de 4 vétérinaires (3 en pratique bovine et 1 en pratique porcine). Échographe et portable fournis par la clinique. DSA, Vet-Expert (facturation et prescription), implantation d'embryons et projet de développer le transfert embryonnaire. Horaire flexible et partage des gardes avec 2 autres cliniques (1 garde sur 6 actuellement). La clinique est située à 20 minutes des ponts de Québec et l'emploi est libre immédiatement. Contacter :

Dr Benoit Dion, m.v.
Services vétérinaires St-Bernard
1799, rue St-Georges
St-Bernard QC G0S 2G0
Cell. : 418 998-0186
B : 418 475-6873

La Clinique Vétérinaire du Témiscamingue, oeuvrant en pratique mixte, est à la recherche d'un médecin vétérinaire ayant un intérêt dans le domaine des grands animaux et/ou la pratique mixte. Notre équipe est composée de 3 médecins vétérinaires, 2 TSA et 2 réceptionnistes. La clinique offre :

- Échographe portable;
- DSA;
- Facturation à la ferme avec Sysvet;
- Transfert d'embryons;
- Laboratoire sur place.

De plus, des projets d'expansion sont prévus dans un futur rapproché.

Notre région bénéficie de la bourse pour la relève vétérinaire en région éloignée. Nous offrons également un salaire très concurrentiel.

Venez vous joindre à notre agréable équipe de travail et découvrir notre belle région où il fait bon vivre! Contacter :

Dr Guy Marchand, m.v.
T : 819 728-2234
C : clin.vet.ga@cablevision.qc.ca

L'Hôpital vétérinaire Lachute est à la recherche de 3 vétérinaires bilingues pour les pratiques suivantes :

- Pratique mixte des petits animaux et équine.
- Pratique des petits animaux.
- Pratique équine.

Situé dans les Basses-Laurentides, l'hôpital est à 45 minutes de Montréal et ses services et à 30 minutes des Laurentides pour ses loisirs et sa qualité de vie!

L'Hôpital est équipé d'un laboratoire interne, radiographie numérique et dentaire, endoscopie, échographes, laser chirurgical et d'une équipe de soutien technique exceptionnelle. Nous sommes dévoués au bien-être de nos patients, à un service à la clientèle personnalisé et cherchons des vétérinaires aussi dévoués qui ont le désir de s'accomplir dans un milieu de travail agréable et professionnel.

Salaire et vacances plus que compétitifs, selon expérience. Veuillez faire parvenir votre curriculum vitae à l'attention de :

Linda Lachapelle
Directrice administrative
HÔPITAL VÉTÉRINAIRE LACHUTE INC.
431, rue Principale
Lachute QC J8H 1Y4
F : 450 562-1320
C : li.lachapelle@hvlachute.ca

Maintenant situé dans ses nouveaux locaux, le **Bureau vétérinaire L'Islet** de Saint-Jean-Port-Joli est à la recherche d'un(e) vétérinaire.

Le bureau concentre ses activités presque exclusivement en production bovine (environ 80% laitier). Quelques troupeaux de production ovine et caprine complètent la clientèle.

Venez vivre la différence!

Nous offrons un horaire flexible, une ambiance amicale, ainsi qu'une clientèle très sympathique. Communiquer avec :

Dr Benoît Mercier, m.v.
ou Dr Gilles Ouellet, m.v.
T : 418 598-7035 – 1 800 463-7035
C : burvetli@globetrotter.net

L'Hôpital vétérinaire Carcajou est à la recherche d'un 4^e médecin vétérinaire dans la pratique des petits animaux et d'un 5^e médecin vétérinaire dans la pratique des grands animaux.

Hôpital avec équipement médical et chirurgical à la fine pointe (radiologie numérique, échographie, endoscopie,...) et complètement informatisé. Nos techniciennes sont ultra compétentes, nous offrons un milieu de travail stimulant, une équipe jeune et dynamique axée sur la compétence et la qualité, une ambiance de travail extraordinaire.

Nous disposons aussi d'un tout nouveau centre de physiothérapie et d'éducation canine ainsi que d'un café canin.

Très bonnes conditions, possibilités quasi infinies pour un médecin vétérinaire stimulé à faire de la médecine de qualité bien entouré, dans une région où il fait bon vivre et où la qualité de vie est à son maximum et le coût de la vie beaucoup plus bas que dans les grandes villes. Horaire flexible et adaptable. Contacter :

Dre Hélène Hamilton, m.v., petits animaux
Dr André Frigon, m.v., grands animaux
T : 418 669-2222

Le Service vétérinaire Cap-Santé est à la recherche d'un 5^e vétérinaire, 100 % grands animaux, 90 % bovins laitiers. Écographie, médecine préventive DSA, comptabilité Documex. À 25 minutes de Québec. Contacter :

T : 418 285-2780

La Clinique vétérinaire de Sherbrooke recherche un médecin vétérinaire pour combler un poste à temps plein dans le domaine des grands animaux. Idéalement, le candidat ou la candidate aura un intérêt pour les espèces bovine, équine, ovine et autres petits ruminants. Équipe de travail dynamique et climat très agréable. Contacter :

M^{me} Josée Caron
T : 819 563-1554
F : 819 563-6563
C : directeurs@videotron.ca

Le Bureau vétérinaire St-Arsène est à la recherche de 2 médecins vétérinaires en pratique des grands animaux pour faire partie d'une équipe de 9 médecins vétérinaires. Les services de médecine préventive (DSA), d'échographie, de radiographie, de transfert embryonnaire et l'utilisation de Sysvet pour la facturation sont offerts. Le système de garde est partagé à tour de rôle par 2 médecins vétérinaires simultanément. Poste à temps plein libre immédiatement. Contacter :

Dr Léopold Sénéchal, m.v.
T : 418 862-9576
Dr André Rioux, m.v.
T : 418 867-4543
Clinique
T : 418 862-1011

L'Hôpital vétérinaire Ormstown est situé en Montérégie au Sud-Ouest de Montréal (45 minutes de Montréal). Il compte à son actif 7 vétérinaires pour les grands animaux et 4 pour les animaux de compagnie.

Nous sommes à la recherche d'un vétérinaire dynamique pour pratiquer à temps plein dans le secteur des grands animaux.

- Échographe disponible pour tous les vétérinaires;
- Équipement de radiographie portatif disponible;
- Facturation électronique avec logiciel Vet-Expert;
- Suivi de troupeau avec le logiciel DSA;
- Laboratoire sur place pour hématologie, biochimie et coprologie.

La pratique des grands animaux se concentre presque exclusivement en production bovine, dont environ 90 % laitier, et aussi en production ovine, caprine et de camélidés.

Pour en connaître plus sur notre équipe et nos installations, visitez notre site web :

www.hvovet.com

SVP, faire parvenir votre CV à l'attention de :

Dr Jean-François Lanthier, m.v.
1430, Route 201
Ormstown QC J0S 1K0
F : 450 829-2181
C : jf.lanthier@hvovet.com

OFFRES D'EMPLOI – ENSEIGNEMENT EN TECHNIQUES EN SANTÉ ANIMALE

Le Collège Lafèche, établissement privé d'enseignement collégial, est à la recherche de médecins vétérinaires avec une expérience pratique afin de combler des postes d'enseignants à la leçon pour son programme de Techniques en santé animale. Les personnes intéressées à postuler doivent faire parvenir leur curriculum vitae au :

Collège Lafèche
Service des ressources humaines
1687, boul. du Carmel
Trois-Rivières QC G8Z 3R8
F : 819 375-5545
C : josee.beaudry@clafleche.qc.ca

OFFRES D'EMPLOI – TSA

L'hôpital vétérinaire Ste-Thérèse est à la recherche d'une technicienne en santé animale pour un poste à temps partiel permanent.

L'hôpital fondé il y a 45 ans possède tous les équipements nécessaires pour pratiquer une médecine de qualité. Des projets d'expansion sont prévus. L'équipe est composée de 5 vétérinaires, 7 techniciennes en santé animale, 2 secrétaires et 3 animalières. L'ambiance de travail est détendue. Les avantages sociaux sont très nombreux.

Pour plus d'information sur notre hôpital, vous pouvez consulter notre site web :

www.hvst.ca

Dr Mario Giard m.v.
260, boulevard Labelle
Ste-Thérèse QC J7E 2X7
T : 450 430-6060
F : 450 430-6848
C : hvst@hvst.ca

L'Hôpital vétérinaire Vimont est à la recherche d'un(e) technicien(ne) en santé animale pour un poste à temps plein afin de compléter son équipe totalisant 25 employé(e)s. Une personnalité dynamique, soucieuse du travail bien fait, qui a beaucoup d'entregent sont des qualités que nous recherchons. L'expérience demeure un atout.

L'Hôpital possède un appareil de chirurgie au laser, radiographie numérique, échographie, appareil à ultrason et équipement de laboratoire complet. Nous sommes ouverts 7 jours par semaine. Disponibilité pour fin de semaine en rotation.

Nous offrons une couverture d'assurance collective, cotisation à l'ATSAQ et formation continue. Veuillez contacter :

M^{me} Claudine Bellemare
Gérante
T : 450 622-3804

Faire parvenir votre CV par télécopieur au :
F : 450 622-5860
Par courriel :
C : cbellemare@hopitalvetvimont.com

Hôpital vétérinaire Vimont
4790, boul. des Laurentides
Laval QC H7K 2J5

La Clinique vétérinaire de Lavaltrie inc. - Nous vous invitons à intégrer notre équipe, à temps plein ou temps partiel :

1 technicien(ne) en santé animale. Nous offrons un cadre de travail très attrayant et enrichissant. Nous avons une équipe dynamique de 14 personnes, dont 2 vétérinaires d'expérience et 8 techniciennes. Très bonnes conditions. Clinique située en campagne à 30 minutes de Montréal et à 45 minutes de Trois-Rivières. Vous pouvez nous contacter en toute confidentialité au :

T : 450 586-4435
F : 450 586-4415
C : christophemiran@hotmail.com
Web : cliniqueveterinairelavaltrie.com
Clinique Vétérinaire Lavaltrie
2100, rue Notre-Dame
Lavaltrie QC J5T 1N7

À VENDRE

Développeur radiographique automatique Konica Minolta modèle SRX-101A (acheté en 2005) en très bon état. Prix demandé 600 \$. Contacter :

Dr Mario Giard m.v.
260, boulevard Labelle
Ste-Thérèse QC J7E 2X7
T : 450 430-6060
F : 450 430-6848
C : hvst@hvst.ca

Boîte pour camion vétérinaire Bowie de 6 pieds et demi. Trois ans d'usage. À l'état neuf. Prix demandé : 3 500 \$. Pour informations :

Dre Lisiane Poulin, m.v.
T 418 262-2355

Clinique vétérinaire pour animaux de compagnie à vendre, établie depuis 25 ans, située sur une artère principale dans le secteur nord de Montréal. Clinique informatisée. Possibilité d'achat de la bâtisse si désiré. Potentiel de croissance intéressant. Prix raisonnable et négociable. S'adresser au secrétariat de l'Ordre et demander la **cote 11-02**.

Clinique vétérinaire à vendre dans St-Eustache : commerce au sous-sol d'une maison privée depuis 34 ans. Droit acquis relié à la bâtisse pour exercer au sous-sol. Excellente occasion pour concilier travail-famille; de 30 à 40 h/semaine de services vétérinaires. Clientèle très fidèle; services offerts aux petits animaux (canins et félins). Très bonne rentabilité, car très peu de frais fixes. Possibilité d'augmenter les heures de travail. Informatique Logivet version 2; personnel de soutien qualifié et professionnel. Également possible de faire une transition sur approximativement un an pour faire le transfert de la clientèle à l'endroit actuel ou dans un nouveau local. Pour renseignements, contacter :

M. Patrick Corbière
Gestion pour professionnels de la santé
6185, boulevard Taschereau, bureau 256
Brossard QC J4Z 1A6
T : 450 904-3690
F : 450 904 3692

Boîte Bowie, 6 pieds. Systèmes de chauffage de nuit et de jour, ainsi que plusieurs cylindres changés récemment. Réfrigérateur fonctionne très bien. Belle apparence, propre. Payée 5000 \$ il y a deux ans, plus améliorations... Demande 3800 \$.

T : 819 668-1826 - 819 384-8777
C : karen.a.hello@gmail.com

Possibilité de venir améliorer une pratique de 34 ans dans le domaine des animaux de compagnie, en Outaouais québécois, en face d'Ottawa. Excellent potentiel pour un groupe de 2 à 4 médecins vétérinaires dynamiques et fonceurs. Propriétaire prêt à participer pour une transition en douceur. Contacter :

Dr Michel Rheault, m.v.
T : 819 643-3131

À Montréal, quartier Ahuntsic – À vendre maison 3 étages sur artère principale très achalandée (67 000 voitures par jour). Clinique petits animaux au sous-sol de 1400 p². Pratique solo de 35 ans à revitaliser à la médecine vétérinaire des années 2012. Belle opportunité pour vétérinaire dynamique et fonceur. Transfert de clientèle informatisé (SYSVET). Transfert de parts DMV possible pour achats groupés.

- Clinique sous-sol 7 pièces;
- Étage résidentiel 7 pièces;
- Loft au grenier;
- 5 places de stationnement.

Contacter **après 20 h 30** :

Dr Camille Girard, m.v.
T : 514 387-7748

Clinique vétérinaire pour petits animaux à vendre dans la région des Basses-Laurentides.

Excellents revenus. Idéal pour 2 à 2 ½ vétérinaires. Gestion simple. Personnel qualifié. Modalités du transfert à discuter. S'adresser au secrétariat de l'Ordre et demander la cote **12-01**.

Système pour réchauffer les patients à vendre appelé Système HotDog de AugustineBioMedical. Comprend le boîtier électronique se mettant sur une tige à soluté et une couverture XL réutilisable et résistante.

Ce système est de qualité supérieure, plus efficace que ceux à eau chaude ou coussin d'air et surtout plus économique. Ce n'est pas une couverture électrique il s'agit d'une nouvelle technologie avec un tissu conducteur sans risque de brûlure. Jamais utilisé, complètement NEUF, demande 2 000,00 \$ prix négociable. (Valeur initiale 2 500,00 \$).

Pour plus de détails, consulter le site :

<http://www.augustinebiomedical.com>

Contacter :

Annik
T : 514 453-3406
ou 450 647-6031

Basses-Laurentides – À vendre : maison avec espace aménagé pour clinique vétérinaire au rez-de-chaussée. Grand terrain et 2 stationnements (5 et 2 places).

À vendre aussi équipement (appareil à Rx portatif, autoclaves Delta 10 et validateur 8, microscope, détarteurs, moniteurs respiratoires, Vet Test biochimie, etc.). Pour renseignements :

T : 450 430-7568
Cell. : 514 703-8702

PLUSIEURS ÉTABLISSEMENTS VÉTÉRINAIRES À VENDRE

POSSIBILITÉ DE FINANCEMENT À 100 %

Théo E. L'Espérance, ing.
Courtier immobilier agréé
TELL SOCIÉTÉ IMMOBILIÈRE INC.
Agence immobilière
T : 514 287-9200

AUTRES

****Pas à vendre**** : Clinique vétérinaire œuvrant dans le domaine des animaux de compagnie et bénéficiant d'excellentes ententes avec ses fournisseurs. La clinique profite également d'un vaste réseau de coopération couvrant toute la province ayant pour but d'améliorer sa rentabilité et faciliter la vie du vétérinaire propriétaire. Pour info:

www.coopvetquebec.com

À VENDRE

APPAREIL D'ÉCHOGRAPHIE ALOKA 3500

(Achat février 2005)

Sondes abdominales : 3,5 MHz, 5 MHz
et endovaginale 7,5 MHz

VALEUR DE 70 000 \$

Prix demandé : 25 000 \$

Contacter :

T : 514 515-9327

St-Basile-Le-Grand. LABORATOIRE de recherche, sis sur un domaine de 13 arpents. Résidence, CHENILS, écurie, garages et atelier. Le tout entretenu à la perfection. 1,588,000 \$. MLS 8436302.

Nathalie Martel
T : 514 712-3608



Le Congrès 2012 de l'Ordre se tiendra **du 8 au 10 novembre**
à l'Hôtel des Seigneurs de Saint-Hyacinthe

Notez-le dès maintenant à votre agenda!

Surveillez les prochaines éditions de la revue pour plus de détails.



Si vous ne voyez qu'un petit garçon et son chien, vous en oubliez beaucoup.

Vous ne voyez pas les œufs et les larves que les chiens sèment autour d'eux quand ils ont des puces. Les puces adultes ne représentent que 5 % d'une infestation de puces; les 95 % restants sont constitués des œufs, des larves et des pupes qui se cachent dans les lits, les tapis et les planchers. Sentinel prévient les infestations de puces en interrompant sans merci leur cycle biologique : il tue les œufs et les larves avant qu'ils ne deviennent adultes. Recommandez Sentinel pour la maîtrise des puces, la prévention du ver du cœur et la protection contre les vers intestinaux, et vous n'oublierez rien. Pour de plus amples renseignements au sujet de Sentinel, composez le 1-800-387-6325.


sentinel[®]
 (lufenuron • oxime de milbémécine)