



tableau de bord du vétérinaire chef d'entreprise

Indices et repères économiques

- **Évolution de l'activité canine** (source : Panelvet) :
  - mensuelle (octobre 2013 par rapport à octobre 2012) : + 2,4 % du chiffre d'affaires par vétérinaire équivalent plein temps,
  - sur un an (novembre 2012-octobre 2013) : + 1,8 % du chiffre d'affaires par vétérinaire équivalent plein temps.
- **Évolution de l'activité Productions animales** (source : Panelvet) :
  - mensuelle (octobre 2013 par rapport à octobre 2012) : - 11,5 % du chiffre d'affaires par vétérinaire équivalent plein temps,
  - sur un an (novembre 2012-octobre 2013) : - 2,7 % du chiffre d'affaires par vétérinaire équivalent plein temps.

- **Évolution du marché des produits de santé animale\*** (source : AIEMV) :
  - trimestrielle : - 0,08 % au 2<sup>e</sup> trimestre 2013 par rapport au 2<sup>e</sup> trimestre 2012 (évolution hors petfood), + 7,43 % pour le petfood seul,
  - sur un an : + 4,13 % en 2012 par rapport à 2011 (marché total), après + 6,39 % en 2011 par rapport à 2010.
- **Inflation** (ensemble des ménages hors tabac, source : Insee) : - 0,1 % en octobre 2013 ; + 0,5 % sur les douze derniers mois (novembre 2012 à octobre 2013).
- **Valeur de l'AMO et de l'AMV\*\*** : AMO (valeur de référence qui peut être utile à l'évaluation des honoraires) = 13,99 pour 2013 (il sera de 14,08 pour 2014, soit une augmentation de 0,64 %), AMV = 13,85 euros hors taxe pour 2013 (valeur utilisée par l'État pour la rémunération des vétérinaires mandatés).

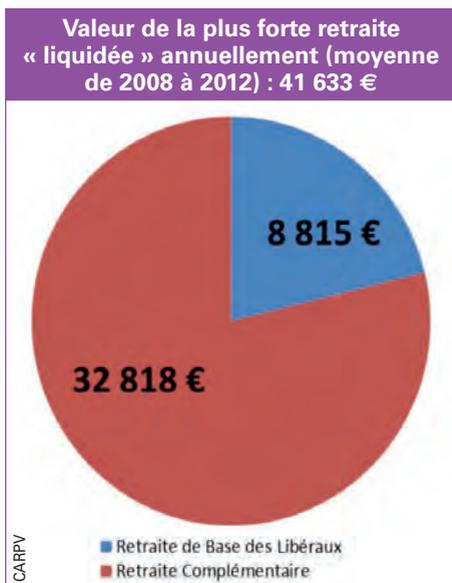
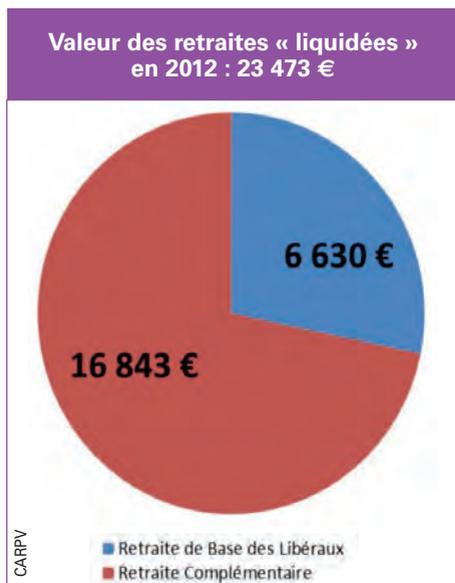
Emploi salarié

- **Valeur du point pour la rémunération du personnel auxiliaire et vétérinaire** : 14,25 euros depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2013 (grilles des salaires disponibles sur le site [www.snel.fr](http://www.snel.fr)) ; ce point s'élèvera à 14,45 euros à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2014 (soit une augmentation de 1,40 %).
- **Valeur du Smic** : 9,43 euros/h ou 1 430,22 euros/mois depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2013. ■

Ce tableau de bord est publié dans chaque première édition du mois.

\* Ventés de produits commercialisés par les ayants droit adhérents de l'Association interprofessionnelle d'étude du médicament vétérinaire (AIEMV) : médicaments vétérinaires (produits soumis à AMM) mais aussi produits de santé animale hors AMM (produits d'hygiène, petfood, parapharmacie...)  
 \*\* AMO : acte médical ordinal (fixé par l'Ordre des vétérinaires) ; AMV : acte médical vétérinaire (fixé par l'État).

Le chiffre du mois : la retraite équivaut au tiers des revenus d'activités



L'actualité brûlante et le combat des libéraux pour rester totalement autonomes dans la (bonne) gestion de leur retraite nous donnent l'occasion de rappeler quelques chiffres.

Ramenée à un revenu moyen d'environ 69 000 € sur l'ensemble de la carrière d'un praticien vétérinaire, la retraite « liquidée » représente en moyenne environ 35 % de ses revenus d'activités.

Ainsi, 9 570 € de cotisations pendant 30,5 années donnent 23 473 € de retraite annuelle pendant 19 ans (auxquels s'ajoutent 12 ans de pension de réversion au conjoint). ■

Lettre de la CARPV et site Internet à l'adresse : [www.carpv.fr](http://www.carpv.fr) (onglet « cotisants », puis « calcul de la retraite »).



MSD s'engage sur les réseaux sociaux

STRATÉGIE

MSD Santé animale annonce le déploiement de sa stratégie digitale. Elle passe par l'actualisation de son site institutionnel ([www.msd-sante-animale.fr](http://www.msd-sante-animale.fr)), afin de simplifier la navigation et de donner accès aux vétérinaires à plus d'information sur les produits et services qu'il propose, et l'ouverture de plusieurs comptes sociaux sur Twitter, SlideShare, YouTube et Pinterest.

Il est possible d'accéder à ces comptes depuis la page d'accueil du site institutionnel.

D'autres services sont en cours de création sur les réseaux sociaux FaceBook, Linked-In et Viadeo. Le laboratoire prévoit également la création d'un blog dédié au management

des cliniques vétérinaires avant la fin de l'année.

Création d'un Comité digital

L'objectif du laboratoire est de fournir à ses clients des informations en temps réel sur des sujets qui les intéressent comme le management, les congrès et salons vétérinaires ou les publications scientifiques et techniques.

Pour décliner sa stratégie numérique dans les services et *business units*, le laboratoire a créé un Comité digital. Il met également en place des séances d'initiation et des ateliers de découverte des réseaux sociaux pour ses collaborateurs afin de créer un esprit digital au sein de l'entreprise. ■

L'UNAPL poursuit son tour de France d'information

L'Union nationale des professions libérales poursuit son tour de France d'information avec Nantes le 18 décembre et Clermont-Ferrand le 23 janvier. L'objectif est d'apporter aux professionnels libéraux une formation sur des sujets spécifiques leur permettant de moderniser leur cabinet (accessibilité à l'accueil des personnes handicapées, aspects financiers et fiscaux des travaux de mise aux normes, consommation énergétique). Il s'agit aussi de porter en région le débat pour élaborer des propositions en vue du projet national de l'UNAPL pour les professions libérales. Prochainement, ce sera au tour de la Martinique, Paris, Nice, Rennes, Toulouse et Nîmes d'être visitées.

Site Internet : [www.unapl.org](http://www.unapl.org) (carte en haut à droite de la page d'accueil).



En Bref...