



Les indispensables

LAPSA : une distribution mordante pour le pet food

Le Laboratoire pour la santé animale (LAPSA) propose depuis septembre 2018 une offre d'aliments pour chiens et chats (26 références pour l'instant) distribués exclusivement en pharmacie. L'innovation réside, non pas tant dans les produits, formulés par un vétérinaire nutritionniste et fabriqués en France, que dans le mode de distribution « phygital ». Phygital ? Il s'agit de l'alliance du physique et du digital : le client va dans sa pharmacie, y découvre l'offre de produits sur un meuble présentoir digitalisé ; le pharmacien l'accompagne dans son choix, commande le produit sur l'espace professionnel du laboratoire et perçoit le règlement ; la livraison se fait sous 48 heures, à la pharmacie ou directement au domicile du client. Côté pharmacien, les avantages avancés sont multiples : catalogues et échantillonnage

à volonté, formation assurée par le laboratoire, service client attiré, etc., mais surtout absence de stock, trésorerie positive et marge annoncée de 25 %. Il faudra cependant déboursier 200 € pour payer le meuble et les services associés. Côté patient, le recrutement passe par l'échantillonnage, la fidélisation par des remises ponctuelles et un service de consultation en nutrition gratuite assurée par un vétérinaire. « Nous voulons privilégier la pharmacie de proximité tout en profitant des atouts du digital », explique le président de LAPSA, Pierre Vasseur. 1 500 pharmacies ont déjà adhéré à ce nouveau concept de rayon vétérinaire.

YOLANDE GAUTHIER



DR