

Digest

VOLUME 8
COMMUNICATION
EN MÉDECINE
VÉTÉRINAIRE



**Compétences en matière
de communication pour
l'adhésion des propriétaires**

Lisa J. Hunter
MSW

Jane R. Shaw
DVM, PhD

**Communication avec les
propriétaires d'animaux
concernant l'obésité chez
les chiens et les chats**

Deborah Linder
DVM, MS, DACVIM (Nutrition)

**Discussion sur les défis
de communication
avec les clients**

Julie Churchill
DVM, PhD, DACVIM (Nutrition)



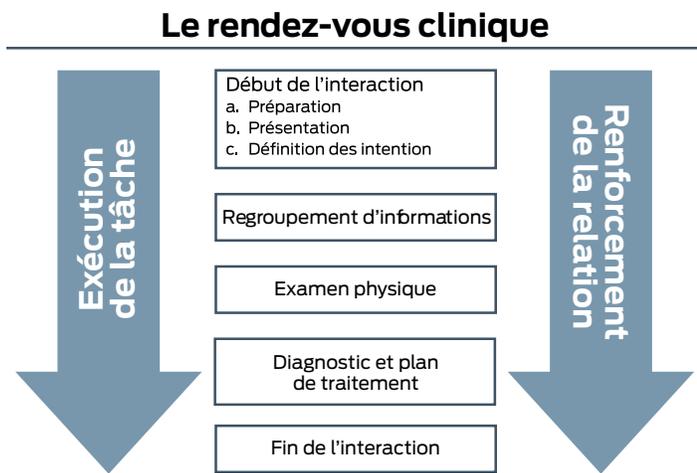
Compétences en matière de communication pour l'adhésion des propriétaires

Lisa J. Hunter, MSW and Jane R. Shaw, DVM, PhD
Colorado State University, Fort Collins, Colorado, USA

Commencer avec l'objectif final en tête

Comme le dit le dicton, il est important de « commencer (définition des intentions) avec l'objectif final en tête (adhésion) ». Le début du rendez-vous se décompose en trois étapes de communication : la préparation, la présentation et la définition des intentions (**Figure 1**).¹ La prochaine étape du rendez-vous consiste à regrouper des informations. Ainsi, avant même de rentrer dans le vif du sujet, connaissez toujours les intentions du client lors de chaque rendez-vous.

Figure 1. Structure de l'interaction clinique



La définition des intentions est un processus de communication transformateur qui augmente la satisfaction des clients, l'adhésion aux recommandations et l'efficacité du rendez-vous.¹ Les intentions permettent au propriétaire de l'animal et à l'équipe vétérinaire de fixer des attentes mutuelles dans le cadre du rendez-vous [satisfaction]. Elle pose les bases pour le diagnostic, le traitement et le plan de soins en identifiant les objectifs et les attentes du client [adhésion]. Le fait de définir les intentions suffisamment tôt souligne l'intérêt de l'équipe vétérinaire et son engagement à répondre aux besoins du client [satisfaction et adhésion]. La définition des intentions mutuelles, de concert avec le client, permet d'encadrer le rendez-vous et d'identifier des sujets d'analyse et de discussion [efficacité].

La définition des intentions ne concerne pas uniquement le motif pour lequel le client et le patient sont venus à la clinique. C'est un processus de questionnement systématique et structuré qui comporte six étapes et met en pratique deux

À noter

Pour améliorer l'adhésion du propriétaire d'animal aux recommandations vétérinaires :

- Identifiez toujours les intentions du client à chaque début de rendez-vous.
- Suivez un processus structuré et méthodique pour la définition des intentions.
- Personnalisez les recommandations selon les intentions du client pour surmonter les obstacles relatifs aux soins.

compétences en matière de communication : une enquête ouverte pour définir les points importants et un récapitulatif pour assurer une prise en charge de qualité :

1. **Motifs du rendez-vous** – *Qu'est-ce qui vous amène, vous et Francis, aujourd'hui ?*
2. **Préoccupations du client** – *Quelles sont vos préoccupations quant à Francis ?*
3. **Objectifs et attentes** – *Comment pouvons-nous vous aider à répondre aux besoins de Francis ?*
4. **Résumé** – *Récapitulons. Vous avez remarqué qu'il se grattait et se léchait plus, qu'il avait des rougeurs sous la queue et qu'il avait souvent des selles molles après un récent changement de son alimentation [motifs]. Nous devons être doux, car Francis est sensible de cette zone [préoccupations]. Vous espérez que nous trouverons ce qu'il se passe et que nous identifierons une solution pour que Francis aille mieux [objectifs et attentes] [récapitulatif].*
5. **Vérification** – *Que pouvons-nous faire d'autre pour vous aujourd'hui ?*
6. **Priorités** – *Parmi tout ce que vous m'avez confié, qu'est-ce qui est le plus important pour vous ?*

Encadré 1. Créer un répertoire de questions pour la définition des intentions¹

- Quels autres sujets aimeriez-vous aborder avec le Dr Hernandez ? [motifs]
- Quels autres sujets aimeriez-vous aborder lors de notre discussion ? [motifs]
- Qu'est-ce qui vous inquiète à propos de Francis ? [préoccupations]
- En quoi l'état de Francis vous préoccupe-t-il ? [préoccupations]
- Comment pouvons-nous atteindre vos objectifs ? [objectifs]
- Décrivez ce que vous souhaiteriez accomplir aujourd'hui. [objectifs]
- Dites-moi ce que vous attendez de nous aujourd'hui. [attentes]
- Comment pouvons-nous vous aider au mieux vous et Francis ? [attentes]
- Précisez ce qui est le plus important pour vous. [priorités]
- Quelle est votre priorité numéro une pour ce rendez-vous d'aujourd'hui ? [priorités]

Utilisez un processus d'enquête ouverte (exemples dans l'Encadré 1) pour définir les motifs du rendez-vous du client, ses préoccupations et ce qu'il voudrait accomplir. Récapitulez la liste pour vous assurer qu'elle est correcte et vérifiez à nouveau les points restants pour avoir un état des lieux complet.¹ La dernière étape de la définition des intentions est l'identification des priorités du client pour déterminer par où commencer et comment tirer parti de ce rendez-vous.

La définition des intentions est la première étape pour prodiguer des soins adaptés au contexte et pour que les vétérinaires puissent donner un diagnostic et/ou un traitement adapté aux besoins du patient et du client.² Une approche individualisée est la clé pour surmonter les obstacles relatifs aux soins, notamment les préoccupations quant aux finances, au style de vie et au temps.³ Lorsque le diagnostic, le traitement et le plan de soins répondent aux motifs de rendez-vous, aux préoccupations concernant l'animal et aux objectifs, attentes et priorités des clients, ces derniers sont plus enclins à adhérer aux recommandations. Lorsque les clients sont invités à partager ce qui est important pour eux, qu'ils se sentent écoutés par l'équipe vétérinaire et que l'on répond à leurs besoins, ils sont plus satisfaits du rendez-vous et sont plus aptes à suivre le plan de soins.

Références

1. Shaw, J. R., & Coe, J. B. (2024). *Developing communication skills for veterinary practice*. John Wiley & Sons, Inc.
2. Englar, R. E. (2023). Recasting the gold standard – part I of II: Delineating healthcare options across a continuum of care. *Journal of Feline Medicine and Surgery*, 25(12), 1-11. doi: 10.1177/1098612X231209855
3. Brown, C. R., Garrett, L. D., Gilles, W. K., et al. (2021). Spectrum of care: More than treatment options. *Journal of the American Veterinary Medical Association*, 259(7), 712-717. doi: 10.2460/javma.259.7.71

Communication avec les propriétaires d'animaux concernant l'obésité chez les chiens et les chats

Deborah Linder, DVM, MS, DACVIM (Nutrition)
Tufts University, North Grafton, Massachusetts, USA

Une communication efficace avec les clients concernant l'obésité chez les animaux présente un ensemble de défis unique. Ce sujet sensible peut être chargé d'émotions et suscite souvent de la réticence. Une étude révèle que 53 % des vétérinaires évitent complètement le sujet avec leurs clients.¹ Cependant, discuter de l'importance du lien entre les propriétaires et leurs animaux et de l'amélioration de la qualité de vie des animaux peut mener à des conversations positives et plus productives.² L'adoption de stratégies de communication qui portent avant tout sur des objectifs de santé et de qualité de vie peut soulager le poids émotionnel et générer de meilleurs résultats.

Stratégie #1

Évaluer la réceptivité du client : à quel moment faut-il aborder le sujet de l'obésité de l'animal ?

Avant de discuter de la perte de poids avec les clients, ou de tout autre changement majeur des habitudes, il peut être utile d'évaluer où se situe le propriétaire sur une échelle allant de la réceptivité à la réticence au changement (par ex., les clients veulent-ils changer ? Ont-ils mis en place des changements, puis ont-ils abandonné à cause de difficultés ?).³ Il peut être pertinent d'amorcer une conversation centrée sur d'autres paramètres de santé – comme le mouvement, le développement ou la qualité de vie globale et le bien-être – avec les propriétaires qui ne souhaitent pas suivre un plan de perte de poids. À l'inverse, d'autres familles qui demandent de l'aide concernant l'obésité de leur animal, ou qui ont déjà amorcé des changements, peuvent bénéficier d'un plan et d'un soutien sur mesure. Le fait d'accompagner les familles, quelle que soit leur situation, peut aider à définir des objectifs réalistes, mais également aider les propriétaires d'animaux à s'investir pleinement à un niveau qui leur convient.

Stratégie #2

Évaluation nutritionnelle complète : savoir à qui l'on s'adresse

Chaque relation entre un animal et sa famille est unique. Une évaluation nutritionnelle complète concerne non seulement l'alimentation de l'animal, mais également le rôle des aliments et de l'activité dans le lien entre les propriétaires et leurs animaux. Cela est particulièrement vrai pour les familles qui montrent de l'appréhension ou de la réticence face au changement. Il peut être utile de commencer par des questions sur la qualité de vie, comme « Quelles sont les activités que vous préférez faire avec votre animal ? » et « Qu'est-ce qui rend votre animal heureux ? ». D'autres outils sont disponibles dans les directives de 2021

À noter

- Recentrer les conversations au sujet de l'obésité des animaux non pas sur la perte de poids, mais sur la santé et la qualité de vie permet aux familles de réfléchir en priorité à comment elles peuvent rendre leur animal heureux et profiter davantage du temps passé ensemble sans avoir peur du jugement.
- Les plans sur mesure permettent de répondre aux besoins des familles, quelle que soit leur situation, et de leur offrir les outils et les connaissances dont elles ont besoin pour atteindre leurs objectifs.
- Plusieurs ressources sont disponibles pour aider l'équipe vétérinaire, ainsi que les propriétaires d'animaux, à établir des plans qui répondent au mieux à leurs besoins.

établies par l'AAHA (American Animal Hospital Association – Association des cliniques vétérinaires américaines) en matière de gestion du poids et de la nutrition, lesquelles détaillent l'évaluation de l'alimentation, de l'animal, de la famille et de l'environnement pour guider au mieux les conversations pour chaque animal et famille uniques.⁴

Stratégie #3

Plans sur mesure : resserrer ou distendre le lien entre les propriétaires et leurs animaux

Une évaluation nutritionnelle complète permet de collaborer avec les clients pour fixer des objectifs réalistes et atteignables visant à améliorer la santé et le bonheur de l'animal. Pour les familles prêtes à amorcer des changements, poser des questions spécifiques sur la relation entre l'animal et tous les membres de la famille peut aussi révéler des aspects « non négociables » du lien entre les propriétaires et leurs animaux. Les questions telles que « Qu'est-ce qui vous semble important à inclure dans le plan d'alimentation ? » ou « Y a-t-il d'autres éléments

Tableau 1. Exemples pour changer de discours*

Au lieu de dire :	Essayez de dire :
L'obésité de votre chat est la raison pour laquelle son pelage est tout emmêlé. Elle refera sa toilette lorsqu'elle sera mince.	Établissons un plan pour l'aider à répondre à ses besoins, comme faire sa toilette. Notre objectif peut porter sur la fréquence à laquelle elle fait sa toilette et la facilité avec laquelle elle le fait.
Arrêtez la malbouffe ! Vous ne pouvez pas perdre de poids si vous mangez des bonbons tous les jours...	Réfléchissons aux types et à la quantité de friandises saines pour varier son alimentation, sans pour autant la déséquilibrer.
Même s'il fait froid, vous pouvez quand même le sortir plus. Ce serait bien pour vous deux !	Quelles activités votre chien aime-t-il ? Voici des ressources avec de bonnes idées pour stimuler le cerveau de votre chien et encourager son activité.
C'est ce qu'on appelle « l'amour vache ». Je comprends que ce n'est pas facile, mais vous devez être l'alpha et dire non à votre chat lorsqu'il quémande.	Si votre chatte quémande, elle a peut-être faim, mais elle cherche aussi potentiellement une interaction avec vous. Réfléchissons à la manière dont votre chat peut demander de l'attention, autrement que par la nourriture.

*Modifiés et développés selon le Manuel du Purina Institute sur la nutrition clinique des chiens et des chats, page 87.

importants que je dois connaître ? » peuvent aider à établir des objectifs visant à améliorer la santé et le bien-être, et pas uniquement concernant le poids (donnée que les familles ne veulent pas forcément aborder en priorité). Par exemple, ces objectifs peuvent concerner l'amélioration de la mobilité, le développement mental, l'augmentation des temps de jeux ou des changements du comportement alimentaire, comme l'utilisation de casse-tête pour rendre les repas plus amusants et plus stimulants. Même pour les familles qui s'engagent pour la perte de poids, le fait de ne plus avoir comme résultat visé « perdre X % du poids », mais plutôt « réussir à sauter sur le canapé sans effort » par exemple, les motive davantage à améliorer la qualité de vie de leur animal, contrairement aux chiffres abstraits qui ne les aident pas à imaginer des résultats concrets (Tableau 1).

Stratégie #4

Favoriser une réussite à long terme : offrir aux familles les ressources essentielles

Offrez aux familles toutes les chances de réussir en les laissant proposer des solutions aux problèmes et en leur fournissant les outils nécessaires pour y parvenir. Identifier les préoccupations des familles en posant des questions, telles que « Quel changement vous fait le plus peur ? » ou « Quels problèmes avez-vous rencontrés par le passé ? », peuvent vous aider à choisir des ressources sur mesure ou des conseils pertinents à communiquer aux familles lorsqu'elles en ont besoin. Par exemple, bon nombre de familles ont du mal avec les « comportements quémandeurs » qui sont souvent interprétés comme de la faim, alors qu'en réalité, l'animal demande de l'attention ou une interaction.

La mise en place d'activités de développement mental et physique⁵ peut aider à recentrer l'attention sur l'amélioration de la qualité de vie, tout en diminuant les comportements indésirables pour renforcer de manière positive le lien entre les propriétaires et leurs animaux

Références

1. Sutherland, K. A., Coe, J. B., & O'Sullivan, T. L. (2023). Exploring veterinary professionals' perceptions of pet weight-related communication in companion animal veterinary practice. *The Veterinary Record*, 192(4), e1973. doi: 10.1002/vetr.1973
2. Linder, D., & Mueller, M. (2014). Pet obesity management: Beyond nutrition. *The Veterinary Clinics of North America: Small Animal Practice*, 44(4), 789–vii. doi: 10.1016/j.cvsm.2014.03.004.
3. Churchill, J. (2010). Increase the success of weight loss programs by creating an environment for change. *Compendium: Continuing Education for Veterinarians*, 32(12), E1.
4. Cline, M. G., Burns, K. M., Coe, J. B., et al. (2021). 2021 AAHA nutrition and weight management guidelines for dogs and cats. *Journal of the American Animal Hospital Association*, 57(4), 153-178. doi: 10.5326/JAAHA-MS-7232
5. Ellis, S. L., Rodan, I., Carney, H. C., et al. (2013). AAFP and ISFM feline environmental needs guidelines. *Journal of Feline Medicine and Surgery*, 15(3), 219-30. doi: 10.1177/1098612X13477537

Discussion sur les défis de communication avec les clients

Julie Churchill, DVM, PhD, DACVIM (Nutrition)

University of Minnesota, St. Paul, Minnesota, USA

Les animaux dépendent de leurs propriétaires pour avoir une alimentation adaptée, et le fait de donner les bons aliments en bonne quantité est essentiel pour leur assurer une longue vie en bonne santé. Compte tenu des répercussions de l'alimentation sur la santé et le bien-être des animaux, la communication avec les clients à propos de la surveillance nutritionnelle est une responsabilité professionnelle de l'équipe vétérinaire. Sensibiliser les propriétaires d'animaux à propos de l'alimentation présente toutefois des défis. Les membres de l'équipe vétérinaire signalent fréquemment un manque de confiance quand il s'agit d'aborder le sujet de l'alimentation, des préoccupations par rapport au manque de temps ou l'appréhension d'un potentiel conflit.

Le fait d'établir une relation de confiance avec les clients améliore les soins prodigués aux patients, la satisfaction des clients et la réussite de l'équipe vétérinaire. Le fait que le client respecte ou non les consignes dépend grandement du lien entre l'équipe vétérinaire et le propriétaire de l'animal. Les compétences clés en matière de communication pour renforcer la relation entre le vétérinaire, le client et le patient sont notamment : 1) poser des questions ouvertes, 2) pratiquer l'écoute active, 3) adopter une communication non verbale, et 4) faire preuve d'empathie.¹

Les questions ouvertes, telles que « Racontez-moi une journée type de votre animal, y compris ce qu'il mange », regroupe des détails cruciaux de manière efficace, tout en suscitant la confiance. Les expressions dénuées de jugement, telles que « Dites-moi en plus sur », « Décrivez-moi » ou « Quel type de friandises aiment-ils ? », permettent de recueillir la perspective du propriétaire de l'animal et de formuler les plans d'alimentation. L'écoute active, y compris l'apport de précisions, rassure les clients sur le fait qu'ils sont écoutés et permet de recentrer la conversation si nécessaire.

La communication non verbale est essentielle, y compris le langage corporel, les expressions du visage et le ton ; en particulier lors de discussions sur des sujets sensibles comme l'alimentation. Par exemple, l'association de propos positifs avec des gestes fermés (comme les bras croisés ou les sourcils froncés) peut envoyer un message contradictoire. Le fait de vérifier régulièrement que le client a bien compris garantit la clarté et la cohérence par rapport aux objectifs.

Enfin, faire preuve d'empathie en mettant l'accent sur la sensibilisation, au lieu de juger d'anciennes décisions, renforce la confiance. L'utilisation de ces stratégies de communication renforce la relation avec le client, favorise la confiance et améliore les résultats.

Tout comme l'utilisation de protocoles de traitement peut aider à adopter les meilleures pratiques de soin, l'établissement d'un cadre d'alimentation fournit des recommandations de haute qualité en matière de nutrition, cohérentes parmi les membres de l'équipe et attendues à chaque rendez-vous (**Encadré 1**).

À noter

- L'établissement d'un cadre d'alimentation à utiliser lors des conversations permet de créer une culture centrée sur l'alimentation et d'uniformiser les soins prodigués aux patients.
- L'utilisation d'un modèle constitué de 3 discussions pour la prise de décisions partagée permet aux clients de prendre des décisions éclairées concernant l'alimentation de leurs animaux pour obtenir de meilleurs résultats et des collaborations plus solides.
- Les techniques de communication efficaces sont des compétences qui peuvent s'appliquer à toutes les discussions avec les clients.

Lorsque tous les membres de l'équipe adoptent un cadre de discussion sur la prise en charge de l'alimentation des patients à chaque rendez-vous, cette démarche contribue à la création d'une culture centrée sur l'alimentation, ainsi que l'anticipation proactive selon laquelle les besoins nutritionnels des animaux évoluent tout au long de leur vie, selon leur état de santé. L'équipe vétérinaire se place donc comme le spécialiste de l'animal. La manière dont l'équipe vétérinaire interagit avec les clients a une incidence sur les résultats. La curiosité avec compassion lors du témoignage offre une compréhension clé non seulement de l'alimentation et de l'apport nutritionnel, mais également de l'environnement, des objectifs du client, de ses motivations et de sa capacité à suivre les recommandations.

Les avantages d'une prise de décisions partagée – soit l'approche selon laquelle les cliniciens et les clients (ou patients) discutent des objectifs et options et prennent ensemble des décisions sur le plan de soins – sont bien établis dans la prise en charge des patients humains. De récentes études confirment que les vétérinaires préfèrent une prise de décisions collaborative, quel que soit le type de rendez-vous.^{2,3} Elwyn décrit un modèle simple constitué de 3 discussions pour mettre en œuvre la prise de décisions partagée avec les clients.⁴ La mise en œuvre de ce modèle de communication, combinée à l'utilisation des compétences de base, peut optimiser les soins et limiter les problèmes de communication.

Encadré 1. Boîte à outils pour améliorer les discussions sur l'alimentation

- Développez votre cadre pour chaque discussion sur l'alimentation
 - Évaluation nutritionnelle – y a-t-il des risques de malnutrition ?
 - Recommandation – alimentation (y compris les friandises), quantité par jour et fréquence
 - Suivi pour évaluer et enregistrer les résultats – maintenez un lien
- Compétences clés en matière de communication pour amorcer les conversations difficiles sur l'alimentation
 - Utilisation du modèle constitué de 3 discussions pour développer un plan partagé avec les clients
 - Évaluation de la « réceptivité au changement » et accompagnement du client et de l'animal pour atteindre les objectifs
- Utilisez vos compétences en matière de communication pour répondre aux questions relatives à l'alimentation
 - N'oubliez pas que ces compétences peuvent s'appliquer à toutes les conversations

1. Discussion d'équipe – Commencez par adopter un langage qui met l'accent sur la collaboration, comme « nous » ou « commençons par », pour inclure le client dans une discussion collaborative à propos de ses objectifs. Tirez parti de la discussion d'équipe pour apporter du soutien, présenter des options et favoriser un sentiment de prise de décisions partagée. Demandez toujours l'autorisation du client avant de discuter des options pour vous assurer que tout le monde se sent à l'aise et inclus.

2. Discussion sur les options – Le fait de vérifier que le client comprend l'état de santé de son animal offre des opportunités précieuses pour clarifier les informations, discuter du diagnostic et des options de traitement, puis peser le pour et le contre. Les recherches en médecine vétérinaire montrent que les clients apprécient la communication centrée sur les avantages, en particulier ceux des soins préventifs.⁵ L'impact sur la santé et l'espérance de vie des animaux était considéré comme le facteur le plus important dans la prise de décisions concernant un traitement recommandé.^{6,7} Lorsque vous discutez de certains sujets, comme le plan d'alimentation, soulignez les avantages procurés. Discutez des coûts, présentez les options disponibles et soutenez les décisions prises ensemble. Apportez toujours un suivi si les résultats sont inattendus et que le client souhaite réévaluer ses options.

3. Discussion sur la décision – Après avoir discuté des options, identifiez les préférences du client et demandez-lui

ce qui est le plus important pour lui dans le processus de prise de décisions. Cette approche aide les clients à prendre des décisions éclairées et basées sur leurs préférences. Soutenez leurs choix et encouragez-les à réévaluer les options si nécessaire, selon la réaction de leur animal.

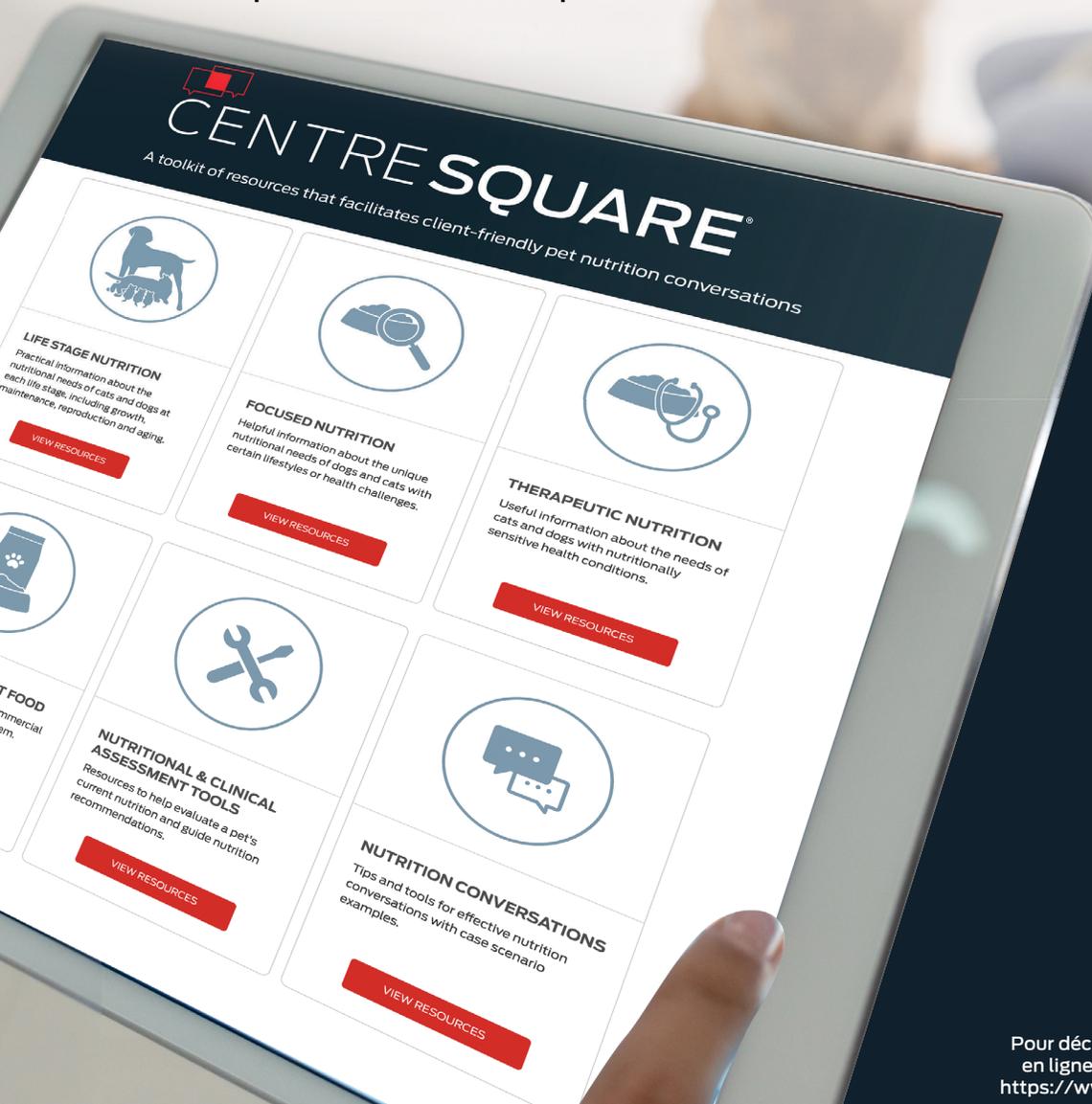
Une communication efficace sur l'alimentation de l'animal est essentielle pour améliorer les résultats du patient, renforcer la confiance du client et favoriser la collaboration entre les propriétaires d'animaux et les équipes vétérinaires. L'intégration de compétences de base en matière de communication, l'adoption d'un cadre structuré pour les discussions sur l'alimentation et l'utilisation de modèles de prise de décisions partagée permettent aux vétérinaires de surmonter les défis de communication, d'offrir une prise en charge de l'alimentation sur mesure et d'assurer la bonne santé de l'animal tout au long de sa vie. Cette approche améliore la satisfaction du client et renforce le rôle de l'équipe vétérinaire en tant que spécialistes des soins animaliers.

Références

1. Shaw, J. R. (2006). Four core communication skills of highly effective practitioners. *Veterinary Clinics of North America: Small Animal Practice*, 36(2), 385-396.
2. Groves, C. N. H., Coe, J. B., Sutherland, K. A., et al. (2024). Clients prefer collaborative decision-making with veterinarians regardless of appointment type. *Journal of the American Veterinary Medical Association*. Advance online publication. doi: 10.2460/javma.24.06.0421
3. Janke, N., Shaw, J. R., & Coe, J. B. (2022). Veterinary technicians contribute to shared decision-making during companion animal veterinary appointments. *Journal of the American Veterinary Medical Association*, 260(15), 1993-2000. doi: 10.2460/javma.22.08.0380
4. Elwyn, G., Durand, M. A., Song, J., et al. (2017). A three-talk model for shared decision making: Multistage consultation process. *BMJ*, 359, j4891. doi: 10.1136/bmj.j4891
5. Sutherland, K. A., Coe, J. B., Blais-Vaillancourt, K., et al. (2024). Veterinary clients prefer benefit-focused online communication while clinic websites uncommonly communicate benefits of preventive care services. *Journal of the American Veterinary Medical Association*. Advance online publication. doi: 10.2460/javma.24.09.0568
6. Davies, A. R., Sutherland, K. A., Groves, C. N. H., et al. (2024). Impact on life expectancy was the most important information to clients when considering whether to take action for an overweight or obese dog. *Journal of the American Veterinary Medical Association*, 262(6), 808-817. doi: 10.2460/javma.23.12.0697
7. Sutherland, K. A., Coe, J. B., Groves, C. N. H., et al. (2024). Information about life expectancy related to obesity is most important to cat owners when deciding whether to act on a veterinarian's weight loss recommendation. *Journal of the American Veterinary Medical Association*, 262(6), 798-807. doi: 10.2460/javma.23.12.0703

VOS CLIENTS ONT DES QUESTIONS SUR L'ALIMENTATION DES ANIMAUX.

CentreSquare® vous aide à offrir des réponses crédibles basées sur des preuves scientifiques.



CentreSquare® fournit une boîte à outils de ressources en ligne pour faciliter les discussions sur l'alimentation des animaux avec les clients.

- Effectuez une recherche parmi un vaste choix de sujets, notamment l'alimentation pour des animaux en bonne santé, la santé cérébrale, la santé gastro-intestinale et plus encore.
- Ne ratez pas les dernières informations scientifiques.
- Des outils faciles à utiliser et des messages clés écrits dans un langage simple et facile à comprendre pour vos clients.
- Que vous ayez 5 minutes ou 30 minutes, vous trouverez des ressources utiles et pertinentes sur CentreSquare®.



Pour découvrir les outils et sujets CentreSquare® en ligne, scannez ici ou rendez-vous sur le site <https://www.purinainstitute.com/fr/centresquare>

INSCRIVEZ-VOUS POUR RECEVOIR DES COMMUNICATIONS SCIENTIFIQUES ET UN LIVRE ÉLECTRONIQUE GRATUIT

Lorsque vous vous inscrivez pour recevoir des communications scientifiques du Purina Institute, vous serez l'un des premiers à recevoir:

- des informations sur les dernières découvertes dans la science de l'alimentation;
- des ressources nutritionnelles et des guides gratuits pour étayer vos discussions avec les clients;
- des invitations aux événements et webinaires;
- des alertes sur les nouveaux contenus; et
- des newsletters pour vous tenir informé.

Visiter [PurinaInstitute.com/Sign-Up](https://www.purinainstitute.com/Sign-Up)

