

## Enquête Gallileo

## Le dentiste prescripteur

Après avoir mené une étude sur les implants, Gallileo (cabinet d'études et de conseil, qui intervient aussi bien auprès d'entreprises privées que d'associations ou acteurs publics, fondé en 2001) s'est penché sur le marché des produits d'hygiène bucco-dentaire. Morceaux choisis.



Nicolas Benoliel

En France, sur le marché des produits d'hygiène bucco-dentaire distribués en pharmacie, le chirurgien-dentiste peut jouer un rôle d'influence sur le choix de la marque qui sera finalement utilisée par le patient consommateur au travers des prescriptions et recommandations qu'il réalise quotidiennement. Dans ce contexte, la division Santé de l'institut d'études Gallileo a souhaité évaluer :

- les pratiques de prescription et recommandation des dentistes à leurs patients en matière de produits d'hygiène bucco-dentaire,
- leurs préférences de prescription,
- les critères de choix qui les amènent à privilégier une marque/un laboratoire plutôt qu'un autre,
- leur évaluation de l'image des principaux acteurs.

Le marché de l'hygiène bucco-dentaire est composé de nombreux segments et acteurs notamment industriels : neuf catégories de produits d'hygiène bucco-dentaire ont été prises en compte dans cette étude :

- les brosses à dents (hors brosses à dents électriques),
- les brossettes interdentaires,
- les dentifrices gencives,
- les dentifrices anti-caries,
- les dentifrices dents sensibles,
- les dentifrices blancheur,
- les dentifrices enfants,
- les bains de bouche,
- les gels pour aphtes.

7 laboratoires principaux et 20 secondaires ont été retenus pour cette étude :

- Boiron
- Gaba Colgate
- GlaxoSmithKline
- MC Neil
- Pierre Fabre Oral Care
- Procter & Gamble Pharma
- Sunstar Pharmadent...

En avril 2016, Gallileo a réalisé une étude auprès d'un échantillon de 396 dentistes représentatifs (78 % d'hommes, 22 % de femmes ; l'ensemble des régions françaises représentées ; 52 ans de moyenne d'âge avec 9 % de dentistes de moins de 39 ans, 27 % de dentistes entre 40 et 49 ans, 41 % de dentistes entre 50 et 59 ans et 23 % de dentistes de plus de 60 ans). L'étude a d'abord été l'occasion de mesurer la volumétrie hebdomadaire de patients des dentistes. Il apparaît que les dentistes reçoivent 69 patients par semaine en moyenne, avec de grandes disparités de profils. Ainsi, 14 % des

## 3 typologies de dentistes

en fonction de LEURS PRATIQUES PRESCRIPTION / RECOMMANDATION de produits d'hygiène bucco-dentaire à leurs patients

**46%**  
des dentistes

Les dentistes prescrivant / recommandant **FRÉQUEMMENT** une marque de produits d'hygiène bucco-dentaire (**80% ou plus de leurs patients**) (En moyenne = 97% de leurs patients)

**24%**  
des dentistes

Les dentistes prescrivant / recommandant **OCCASIONNELLEMENT** une marque de produits d'hygiène bucco-dentaire (**20% À 79% ou plus de leurs patients**) (En moyenne = 49% de leurs patients)

**29%**  
des dentistes

Les dentistes prescrivant / recommandant **RAREMENT** une marque de produits d'hygiène bucco-dentaire (**19% ou plus de leurs patients**) (En moyenne = 8% de leurs patients)

dentistes en reçoivent plus de 100 par semaine alors que 17 % d'entre eux en accueillent moins de 50 par semaine. Il ressort de cette étude que les dentistes ont effectivement un rôle à jouer dans le choix des marques de produits d'hygiène bucco-dentaire qui pourront être utilisés par leurs patients. Ainsi, l'étude a mis en évidence que 71 % des dentistes prescrivent/recommandent fréquemment ou occasionnellement une marque de produits d'hygiène bucco-dentaire. L'étude souligne également le fait que les pratiques de prescription diffèrent en fonction des neuf catégories de produits d'hygiène bucco-dentaire étudiées.

Par exemple, on note que seul un dentiste sur trois recommande une marque de dentifrice blancheur alors qu'ils sont 80 % à recommander une marque de brosses à dents à leurs patients ! De plus, si les praticiens sont nombreux à recommander des produits d'hygiène, ils le font dans 58 % des cas par écrit. Par ailleurs, l'étude nous permet de constater que, quelle que soit la catégorie de produits étudiée en hygiène bucco-dentaire, les dentistes ont une marque de préférence ou de première intention qui est celle qu'ils vont prescrire / recommander à leurs patients, dans 69 % des cas en moyenne. Cependant, bien que les principaux laboratoires étudiés disposent de produits dans toutes ou la majorité des catégories de produits d'hygiène bucco-dentaire analysées, l'étude a permis de montrer que les positions des marques, dans les préférences des dentistes, diffèrent fortement d'une catégorie à l'autre.

## Les critères de choix

L'étude s'attache également à déterminer les critères de choix des dentistes en matière de marque d'hygiène bucco-dentaire. Ils sont très variés.

Une majorité de chirurgiens-dentistes met en avant 5 critères de choix de marque en relation avec :

- la performance des produits,
- le *leadership* de la marque sur la catégorie,
- la largeur de la gamme,
- la dynamique d'innovation,
- l'approche partenariale proposée par la marque aux professionnels de santé.

Pour en savoir plus sur les résultats de cette étude : [www.gallileo.fr](http://www.gallileo.fr)

Contact : Nicolas Benoliel

[nicolas.benoliel@gallileo.fr](mailto:nicolas.benoliel@gallileo.fr) / 06 74 09 14 76 ■