



Le "Made in France" veut se faire une place sur le marché de l'orthodontie invisible

(), (AFP) -

Alternative discrète aux bagues pour repositionner les dents, les aligneurs transparents connaissent un succès croissant. Dans ce marché lucratif et concurrentiel de l'orthodontie invisible, sous domination américaine, la fabrication "Made in France" cherche à tirer son épingle du jeu.

Plébiscitées par les adultes, ces gouttières d'orthodontie sont amovibles, quasiment invisibles et faciles à nettoyer. Elles doivent se porter sans arrêt sauf pour manger et sont changées généralement toutes les deux semaines pour accompagner le déplacement progressif de la dentition.

Quelques petits poucets français misent sur la fabrication "Made in France" pour pénétrer ce marché à forte croissance, dont la pratique va de la "haute joaillerie" à des offres en ligne parfois décriées.

- Haute technologie et "joaillerie" -

A Salon-de-Provence (Bouches-du-Rhône), le groupe de produits dentaires Biotech Dental vient d'inaugurer son site d'aligneurs de sa marque Smilers, une activité démarrée depuis 10 ans et qui représente pour l'heure 12% de son chiffre d'affaires.

Cet investissement de 15 millions d'euros vise à fabriquer plus de 15.000 aligneurs par jour après l'ouverture d'une quatrième ligne de production prévue à la fin de l'année.

L'entreprise qui emploie 150 personnes reçoit par fichier numérique des prescriptions des cabinets d'orthodontistes/dentistes auxquels elle propose des plans de traitements conçus sur mesure par sa propre équipe de spécialistes.

Dans cette usine, les modèles en résine sont imprimés en 3D, puis les gouttières sont thermoformées. La pièce est enfin polie manuellement pour les finitions, un travail sous microscope pour éviter toute aspérité.

"De la haute joaillerie", se vante le patron Philippe Véran qui veut pour l'instant "assurer toute la production mondiale à partir de Salon-de-Provence".

Une vision défendue par l'ancien ministre du Redressement productif et chantre du "Made in France", Arnaud Montebourg, qui siège au conseil d'administration.

Biotech Dental se tient prêt à s'attaquer au marché mondial depuis qu'il s'est allié en décembre au groupe américain Henry Schein et sa clientèle de plus d'un million de dentistes.

Implanté dans le Jura, Aligneurs français vend depuis fin 2020 à un réseau de dentistes en France, en Belgique, au Luxembourg et en Suisse. Ce poids-plume s'appuie pour sa part sur un laboratoire de prothèses de proximité qui lui fabrique ses gouttières.

"Sur le marché des dentistes, on n'est pas trop mal placé, mais sur le marché global on est encore invisible par rapport aux énormes acteurs ", reconnaît l'un des responsables.

- Compétition des prix -

Car pour rivaliser avec le pionnier californien Align Tech ou son compatriote Ormco, il faut serrer les dents.

En septembre 2022, Align Tech qui domine le marché depuis 25 ans avec sa marque Invisalign, ses 15 millions de patients traités dans le monde et ses 3,7 milliards de dollars de chiffre d'affaires l'an dernier, a ouvert un site de production à Wroclaw, en Pologne pour couvrir l'Europe/Moyen-Orient/Afrique.

Ormco s'apprête à lui emboîter le pas avec le projet d'une ouverture d'usine en Europe pour l'Europe.

Et aux nouveaux entrants, Align Tech montre les crocs: "nous continuons de développer des innovations avec de nombreux nouveaux brevets qui continueront à créer des barrières significatives pour la concurrence", affirme le champion à l'AFP.

Pour conquérir des parts de marché, chacun cherche à se distinguer, par les matériaux, l'amélioration du confort, la force de rétention, la ligne de découpe, la résistance aux taches de café.

En étant la première usine au monde à recycler les déchets plastiques des gouttières et les aligneurs usagés, y compris ceux de la concurrence, Biotech Dental est venu combler un vide sur la question environnementale.



La différenciation passe aussi par la compétition sur les prix.

Le prix moyen d'un traitement d'orthodontie adulte en France tourne autour de 1.500 euros le semestre, non pris en charge par l'assurance maladie.

Pour trouver beaucoup moins cher, il faut se tourner vers les offres 100% en ligne qui s'adressent directement aux consommateurs au grand dam des professionnels.

Elles mettent en avant leur volonté de "démocratiser" l'esthétisme bucco-dentaire, les paiements mensuels fractionnés, la diminution des déplacements en cabinet, avec un suivi proposé à distance.

"Cela revient à acheter un stérilet sur internet pour se le poser soi-même!", s'insurge David Couchat, président de la Fédération française d'orthodontie.

Afp le 08 juil. 23 à 05 02.

