

# La voix des laboratoires de prothèse dentaire

Résultats du baromètre 2025

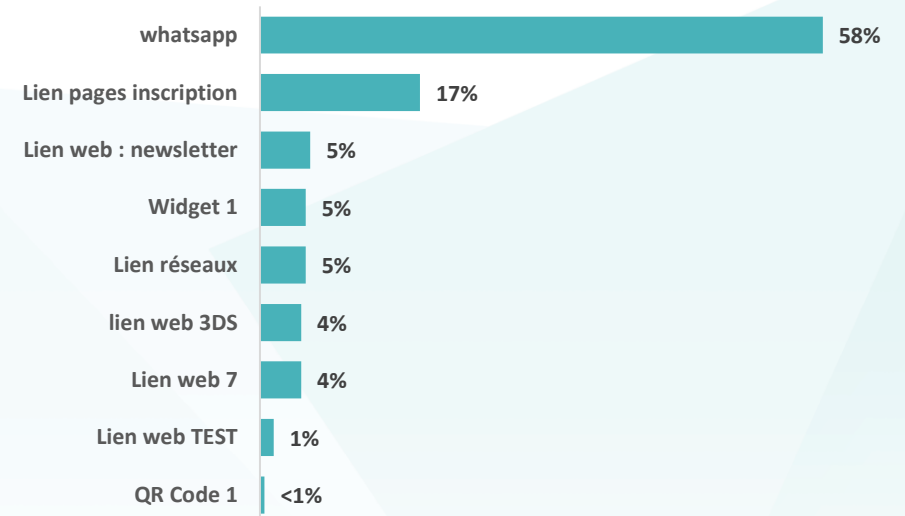
10 novembre 2025

# Sommaire

- Méthodologie
- Les résultats
  - Qui sont les répondants?
  - Identité professionnelle
  - Spécialisations, technologies et équipements
  - Relations clients
  - Santé économique
  - Evolutions
  - Perspectives
  - Mobilisation et collectif
  - Pour terminer...
- En synthèse
- Focus sur les laboratoires intégrés à un cabinet
- Focus sur les laboratoires les plus anciens et les plus récents

# Méthodologie

- Questionnaire administré du 26 août au 5 octobre au 2025
- Phases de test 5 et 6 août
- 43 questions
- 6 questions ouvertes
- Canaux de collecte (questionnaires complets) :





3D Dental  
Store

# Les résultats

# Qui sont les répondants?

# 8 répondants sur 10 sont gérants de laboratoire

**Q2. Votre fonction actuelle**  
Base totale : 211

**343** réponses

**20** doublons

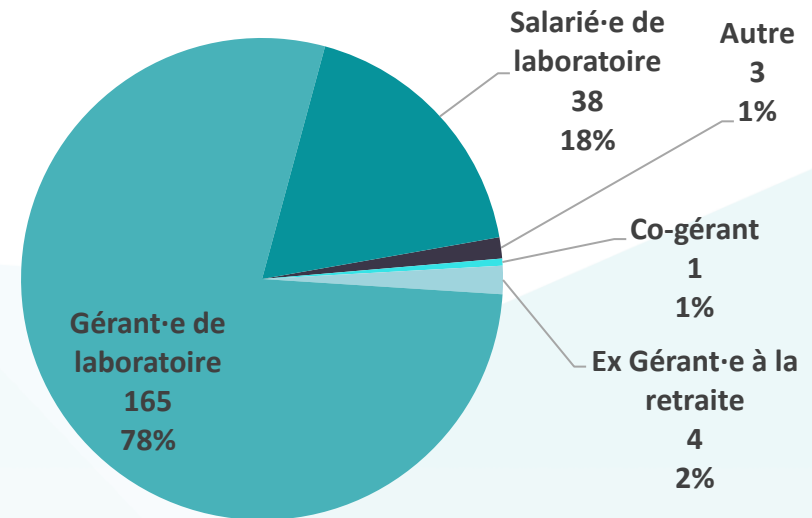
**1** répondant sur **2** a levé l'anonymat

**211** questionnaires complets

Soit **7%** des laboratoires en France - Source : UNPDD

*Les résultats présentés dans le présent rapport sont basés sur les questionnaires complets*

Fonction des répondants

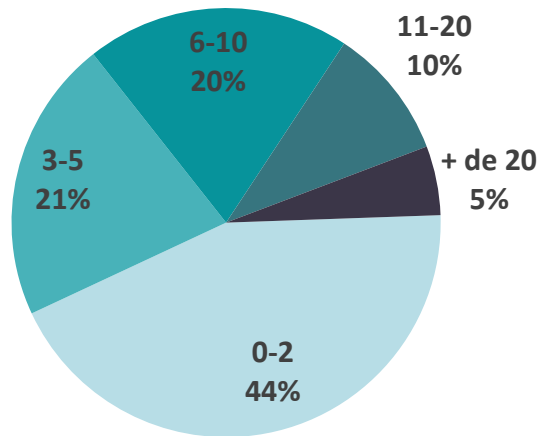


# Des laboratoires principalement de petite taille

## Q4. Effectif salarié (alternants et contrats pros inclus, stagiaires exclus)

Base totale : 211

### Taille du laboratoire

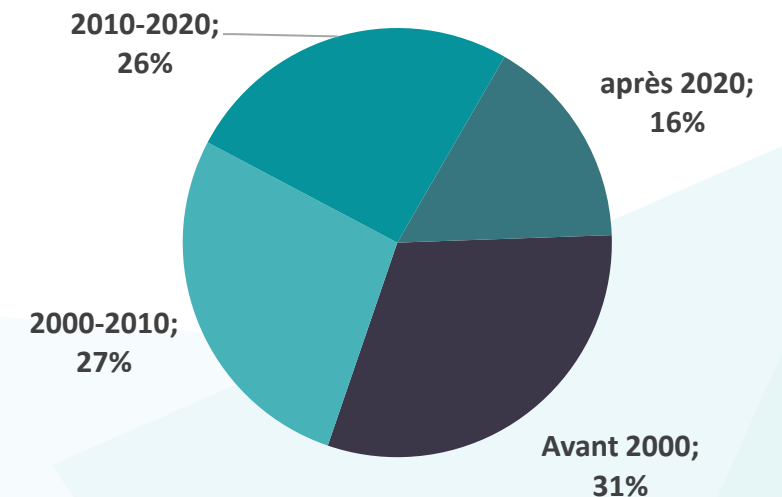


- 85% ont moins de 10 salariés (92% en 2022\*)
- Près d'1/3 des laboratoires ont été créés il y a plus de 25 ans
- Les laboratoires les plus récents sont les plus petits

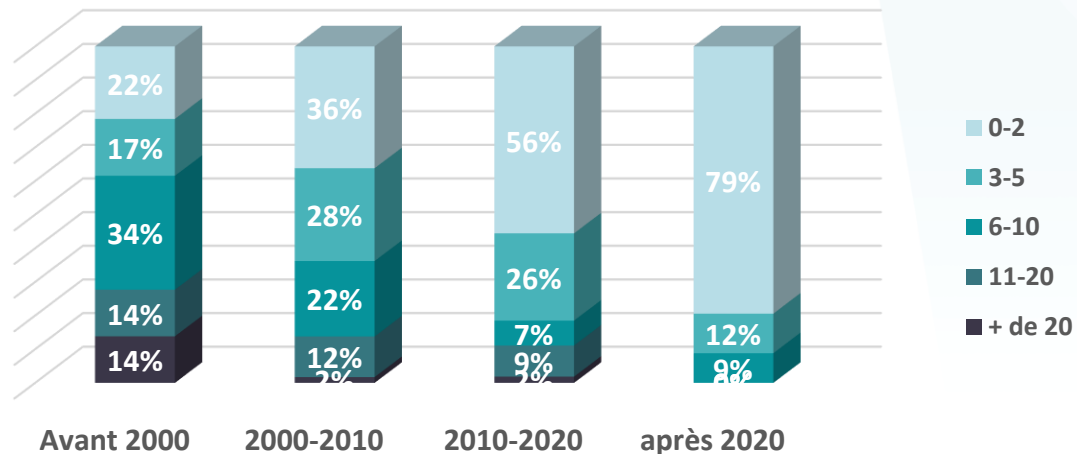
## Q5. Année de création du laboratoire

Base totale : 211

### Période de création du laboratoire



### Lien entre la taille des laboratoires et la période de création



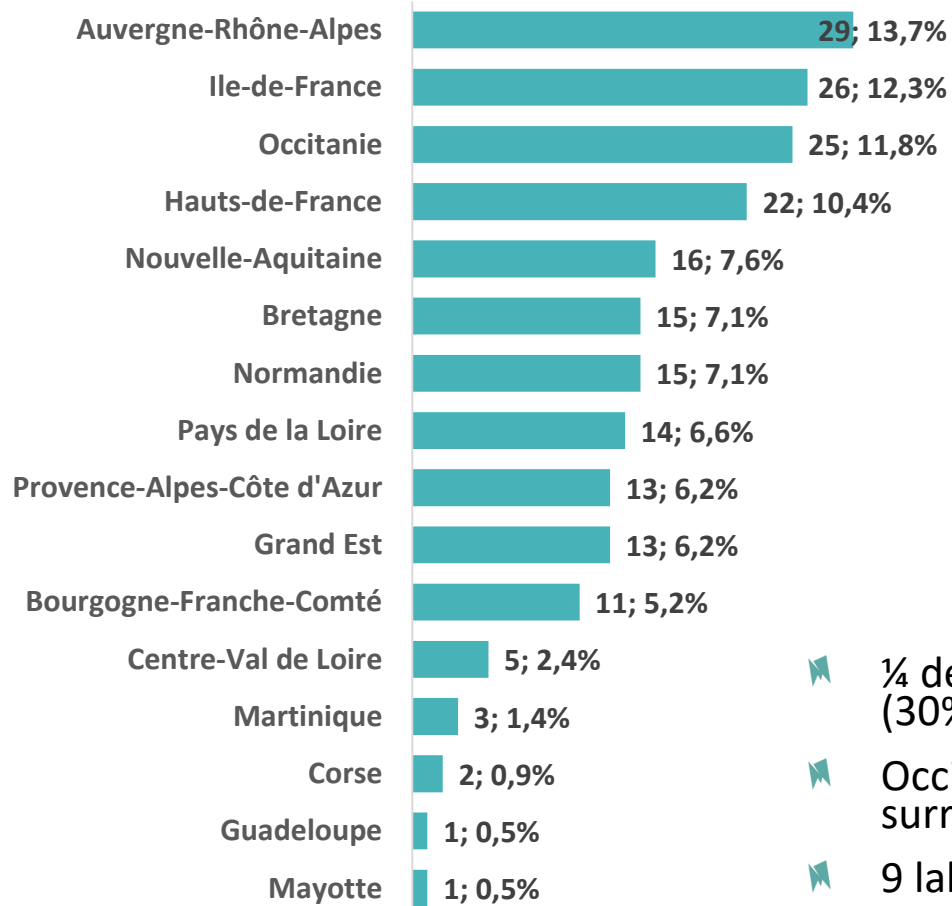
\*Source : OPCO

# La moitié des répondants viennent de 4 régions, 9 sur 10 sont indépendants

## Q3. Région principale d'activité

Base totale : 211

Région  
(en% et nbre de répondants)

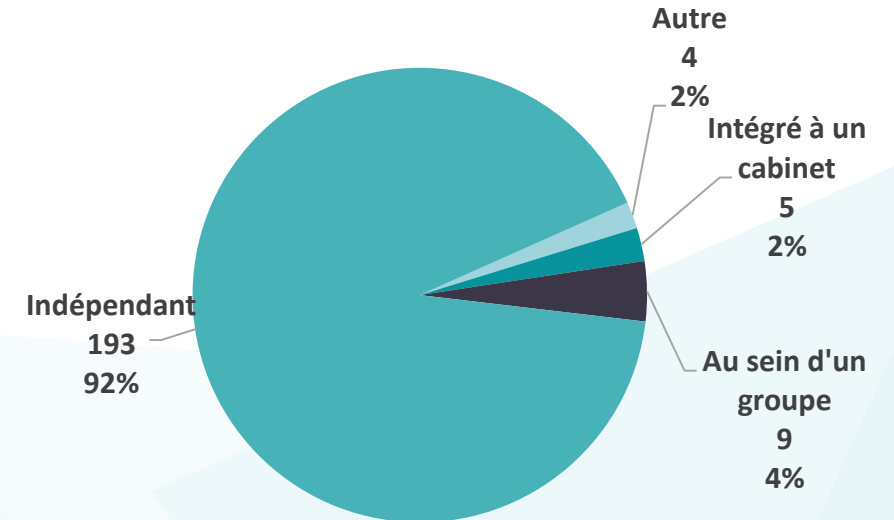


## Q6. Statut du labo

Base totale : 211

### Statut du laboratoire

(en% et nbre de répondants)



- ¼ des répondants se situent dans 2 régions (30% au niveau national en 2022\*)
- Occitanie et Hauts-de-France un peu surreprésentés
- 9 laboratoires sur 10 sont indépendants

# En synthèse

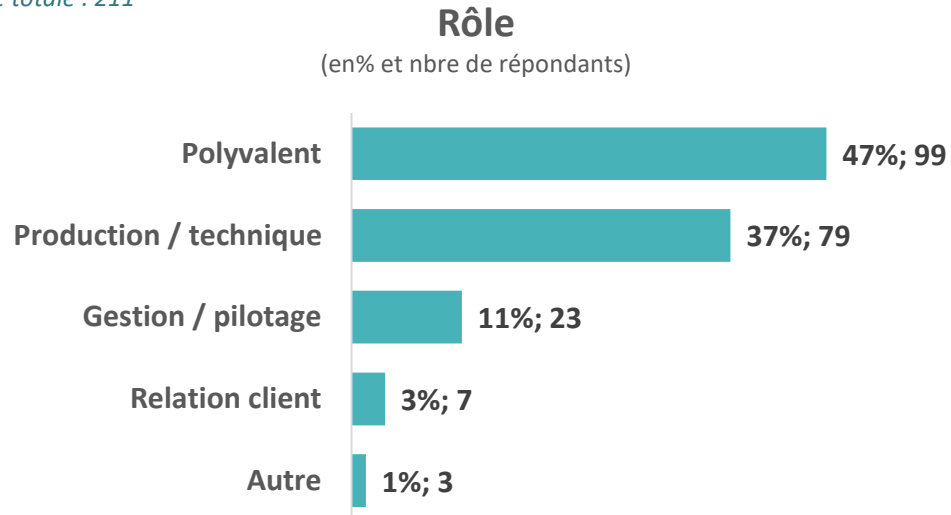
- 211 questionnaires complets soit 7% des laboratoires français en nombre
- 85% ont moins de 11 salariés
- Près d'1/3 des laboratoires ont été créés il y a plus de 25 ans
- Les laboratoires de moins de 5 ans sont les plus petits (79% emploient entre 0-2 salariés)
- ¼ des répondants se situent dans Auvergne-Rhône-Alpes et en Ile-de-France (30% au niveau national en 2022, source Opco)
- 9 laboratoires sur 10 déclarent être indépendants

# Identité professionnelle

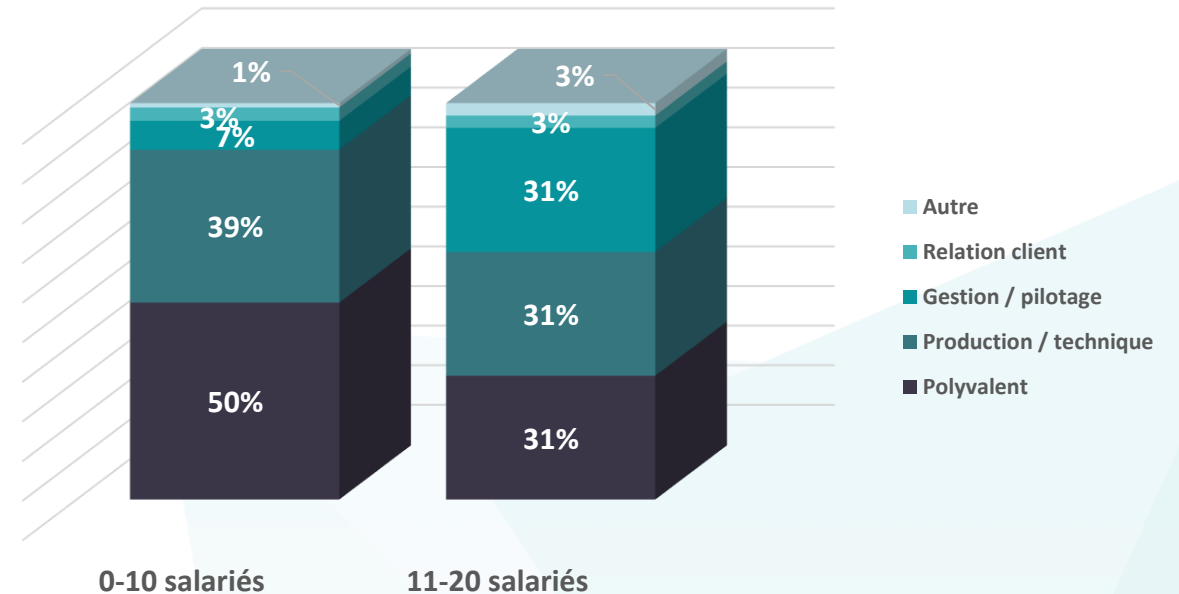
# La polyvalence, plus importante pour les laboratoires de moins de 10 salariés

**Q38. Quel rôle occupez-vous principalement aujourd'hui ?**

Base totale : 211



**Rôle selon la taille de l'entreprise**

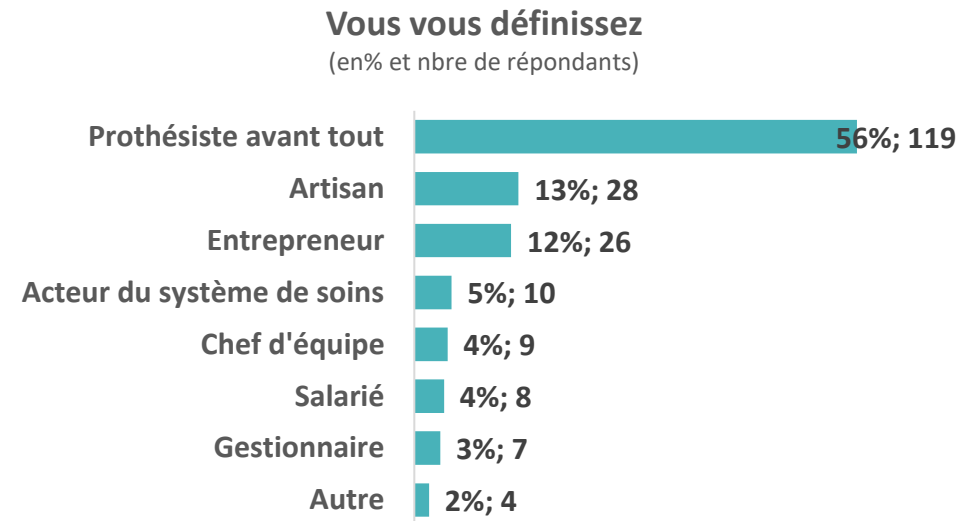


- ✦ Un répondant sur 2 se définit comme polyvalent, ensuite comme ayant un rôle relatif à la production/ technique
- ✦ Pour les laboratoires de plus de 10 salariés, les rôles sont répartis à part égales entre polyvalence, production/technique et gestion et pilotage.
- ✦ Chez les laboratoires les plus petits (0-2 salariés), les répondants sont polyvalents à 57%.

# Plus de la moitié des répondants se définissent par leur métier de prothésiste

## Q39. Vous vous définissez plutôt comme

Base totale : 211



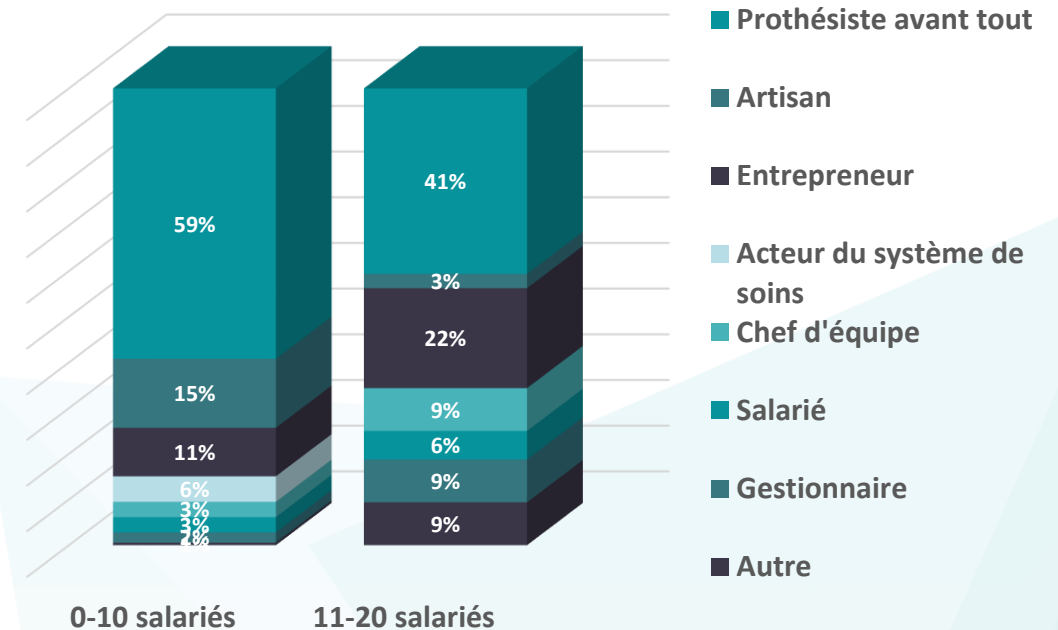
« Prothésiste entrepreneur chef d'équipe » (plus de 10 salariés)

« Un chef d'orchestre qui tient de moins en moins la baguette » (plus de 10 salariés)

« Tout » (plus de 10 salariés)

« Plus tout-à-fait prothésiste, mais pas de terme exact » (plus de 10 salariés)

## Définition selon la taille du laboratoire



Les plus petits laboratoires se définissent comme prothésistes avant tout et artisans.

Les plus gros se définissent comme prothésistes dans une moindre proportion et 1 sur 5 comme entrepreneur.

# En synthèse

- ✦ Un répondant sur 2 se définit comme polyvalent, 37% comme ayant un rôle relatif à la production/ technique.
- ✦ Pour les laboratoires de plus de 10 salariés, les rôles sont répartis à part égales entre polyvalence, production/technique et gestion et pilotage.
- ✦ Chez les laboratoires de 0-2 salariés, les répondants se définissent comme polyvalents à 57%.
- ✦ Plus de la moitié des répondants se définissent par leur métier de prothésiste.
- ✦ Les plus petits laboratoires se définissent comme prothésistes avant tout (59%) et artisans (15%).
- ✦ Les plus gros se définissent comme prothésistes dans une moindre proportion (41%) et 1 sur 5 comme entrepreneur.

# Spécialisation, technologies et équipements

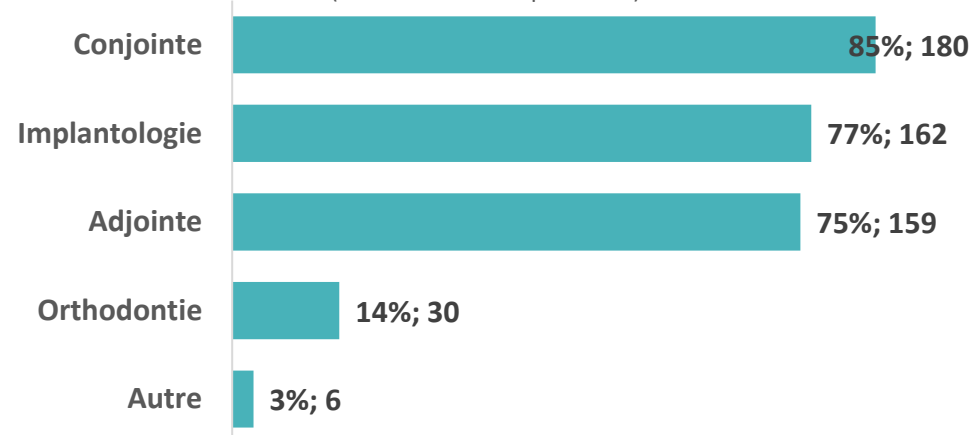
# 45% des laboratoires ont au moins 3 spécialisations

## Q7. Spécialisations

Base totale : 211

### Les spécialisations présentes au sein des laboratoires

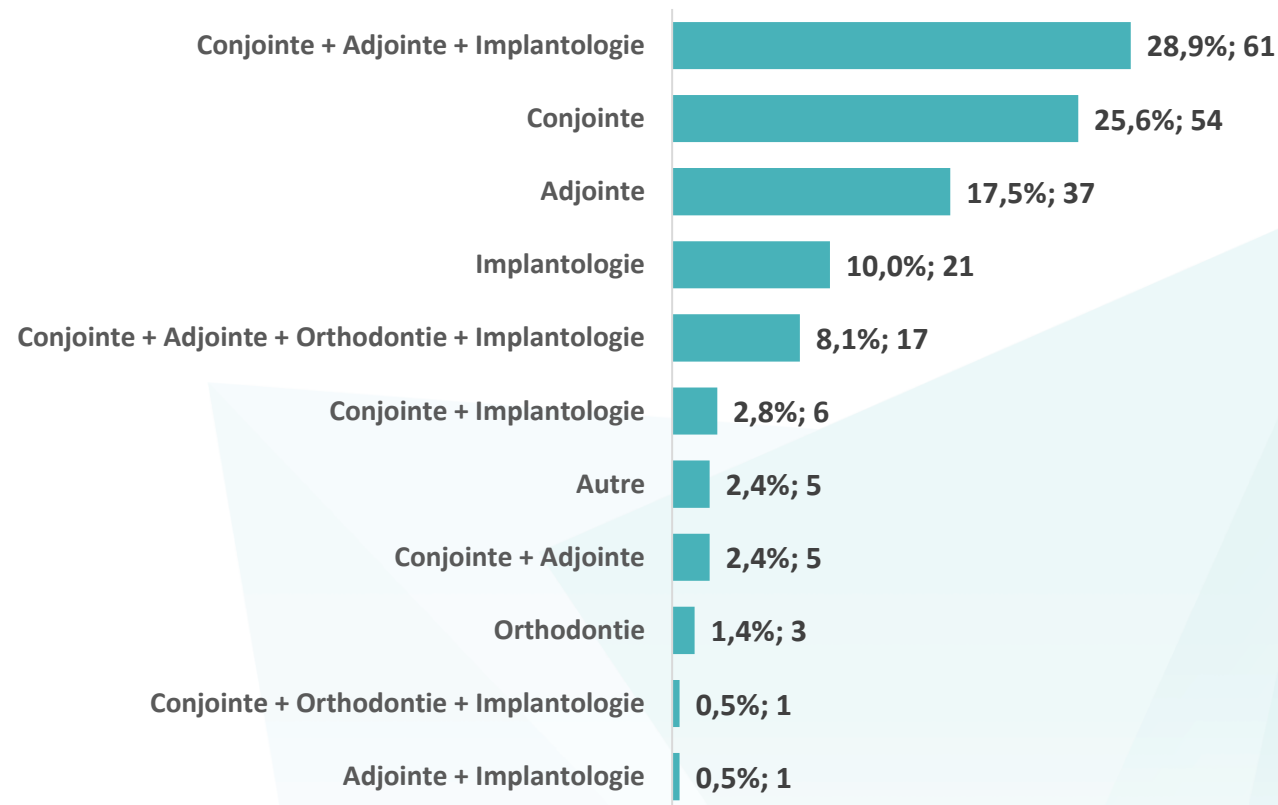
(en% et nbre de répondants)



- La conjointe, la plus répandue
- Conjointe + Adjointe + Implantologie, le modèle le plus fréquent
- Les laboratoires les plus anciens sont ceux qui en proportion cumulent le plus de spécialisations

### Schéma de spécialisation des laboratoires

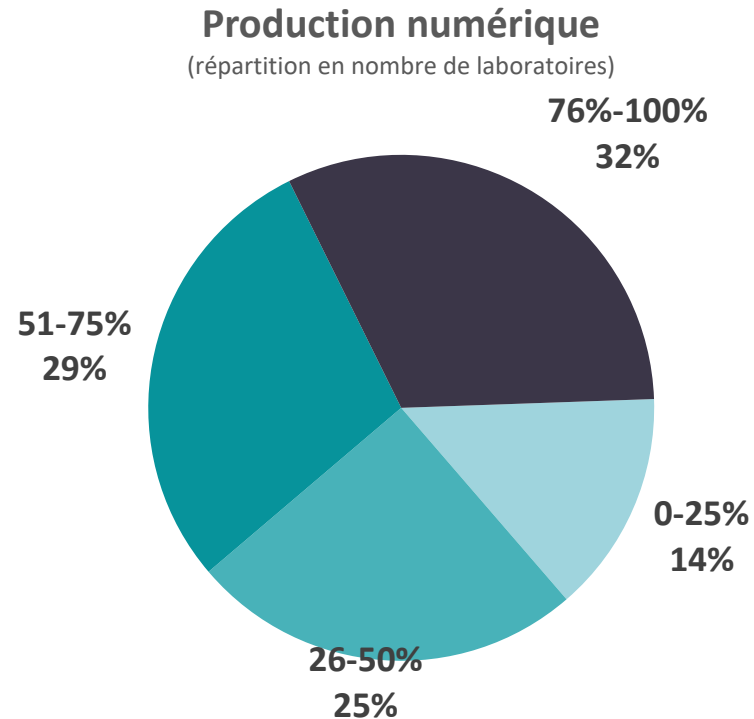
(en% et nbre de répondants)



# Une production assez largement numérique...

## Q8. Part de production numérique estimée

Base totale : 211

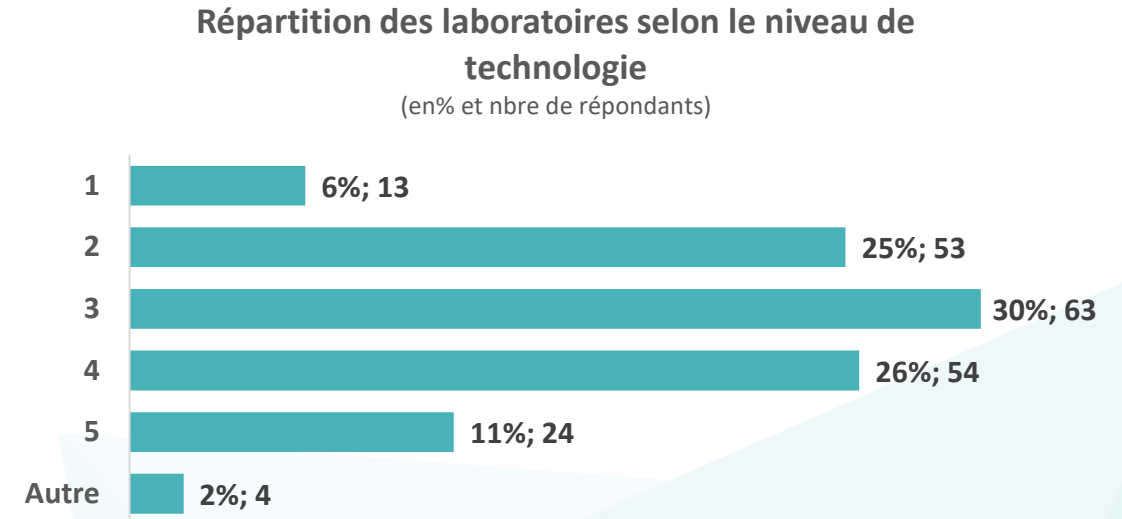
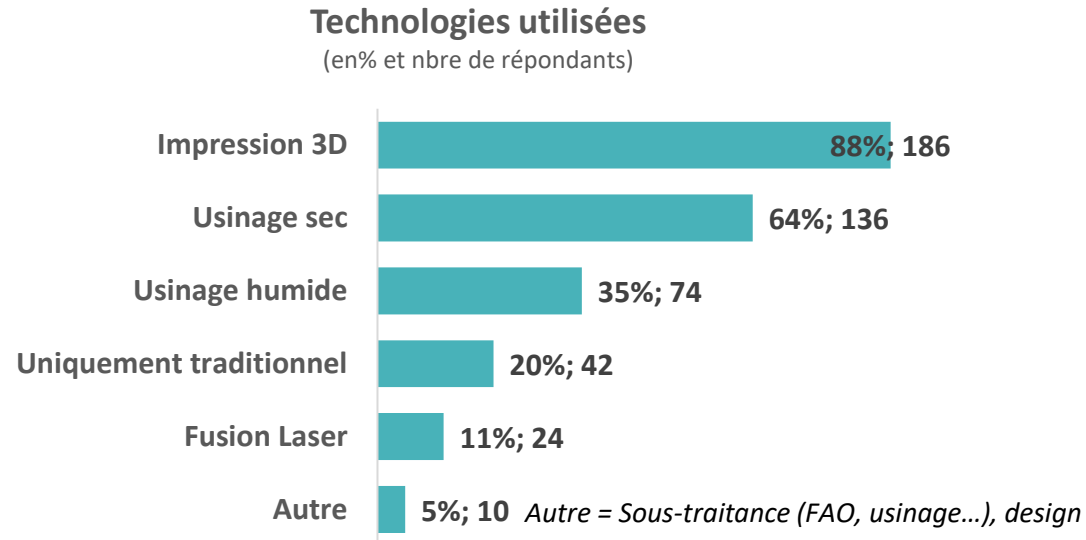


- 6 laboratoires sur 10 ont une part de production numérique au-delà de 50%
- Les laboratoires les plus anciens, plus importants en taille, sont ceux dont la part de numérique est la plus importante.

# ...avec, en tête, l'impression 3D, implantée chez 9 laboratoires sur 10

## Q10. Technologies utilisées en interne

Base totale : 211



### Niveaux technologiques

1 = Uniquement traditionnel

2 = Impression 3D ou 3D + traditionnel ou usinage sec ou usinage sec + traditionnel

3 = Impression 3D + usinage sec ou humide avec ou sans traditionnel

4 = Impression 3D + usinage sec + usinage humide avec ou sans traditionnel

5 = Fusion laser et fusion laser + autres technologies

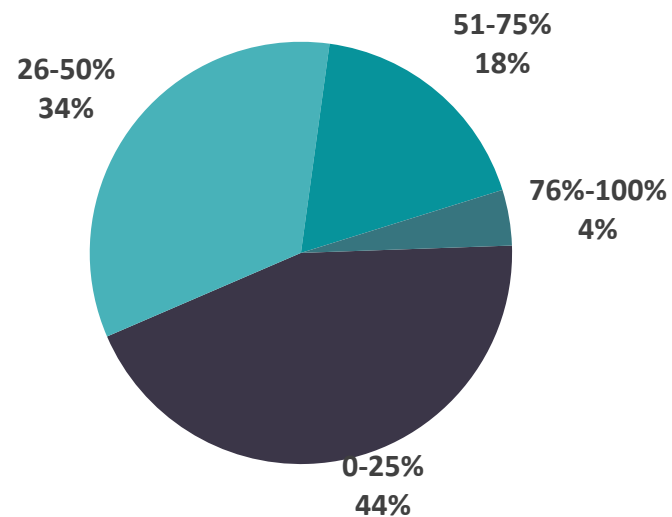
- Plus les laboratoires sont importants en taille, plus le niveau technologique est élevé.
- 41% des laboratoires de 0 à 2 salariés et 47% des laboratoires de moins de 5 ans sont de niveau 2 contre 25% en moyenne
- Le traditionnel est plus présent chez les toutes petites structures de 0 à 2 salariés, absent des plus de 20 salariés
- 7 laboratoires sur 10 de plus de 10 salariés disposent de la technologie d'usinage humide
- 38% des laboratoires de plus de 10 salariés disposent de la technologie laser

# Le RAC 0 représente plus de la moitié de production d'un laboratoire sur 5

## Q9. Part estimée de production RAC 0

Base totale : 211

### Répartition des laboratoires suivant la production RAC 0



- Le RAC est davantage l'apanage des laboratoires à fort niveau technologique : 90% de ceux qui ont une part de plus de 75% sont à minima de niveau 3.
- Les laboratoires ayant une production supérieure à 75% sont des laboratoires de moins de 10 salariés

# En synthèse

## Spécialisations

- ✦ 45% des laboratoires ont au moins 3 spécialisations.
- ✦ La conjointe, la plus répandue (85% des laboratoires).
- ✦ Conjointe + Adjointe + Implantologie, le modèle le plus fréquent : 29% des laboratoires.
- ✦ Les laboratoires les plus anciens sont ceux qui en proportion cumulent le plus de spécialisations.

## Numérique

- ✦ Une production assez largement numérique : 6 laboratoires sur 10 ont une part de production numérique au-delà de 50%.
- ✦ Les laboratoires les plus anciens, plus importants en taille, sont ceux dont la part de numérique est la plus importante.
- ✦ L'impression 3D, implantée chez 9 laboratoires sur 10.

## Technologies

- ✦ Plus les laboratoires sont importants en taille, plus le niveau technologique est élevé, probablement pour des questions de capacité d'investissement.
- ✦ 41% des laboratoires de 0 à 2 salariés et 47% des laboratoires de moins de 5 ans sont de niveau 2 contre 25% en moyenne.
- ✦ Le traditionnel est plus présent chez les toutes petites structures de 0 à 2 salariés, quasiment absent des laboratoires plus de 10 salariés.
- ✦ 7 laboratoires sur 10 de plus de 10 salariés disposent de la technologie d'usinage humide.
- ✦ 11% des laboratoires disposent de la fusion laser, 38% des laboratoires de plus de 10 salariés.

## RAC 0

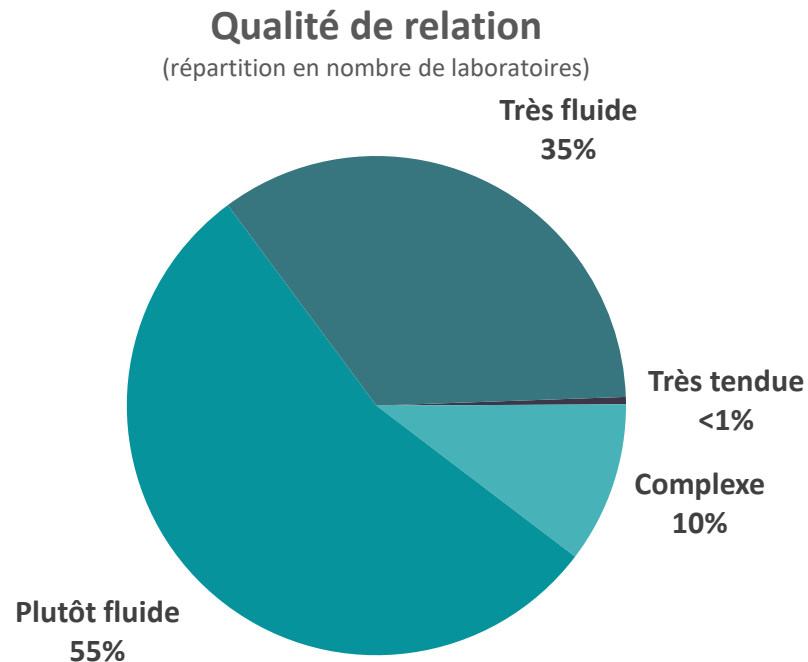
- ✦ Le RAC 0 représente plus de la moitié de production d'un laboratoire sur 5.
- ✦ Le RAC est davantage l'apanage des laboratoires à fort niveau technologique : 90% de ceux qui ont une part de plus de 75% sont à minima de niveau 3.
- ✦ Les laboratoires ayant une production RAC 0 supérieure à 75% sont des laboratoires de moins de 10 salariés.

# Relations clients

# Une relation clients plutôt fluide malgré des incompréhensions sur les tarifs et les délais

## Q20. Relation globale avec vos clients

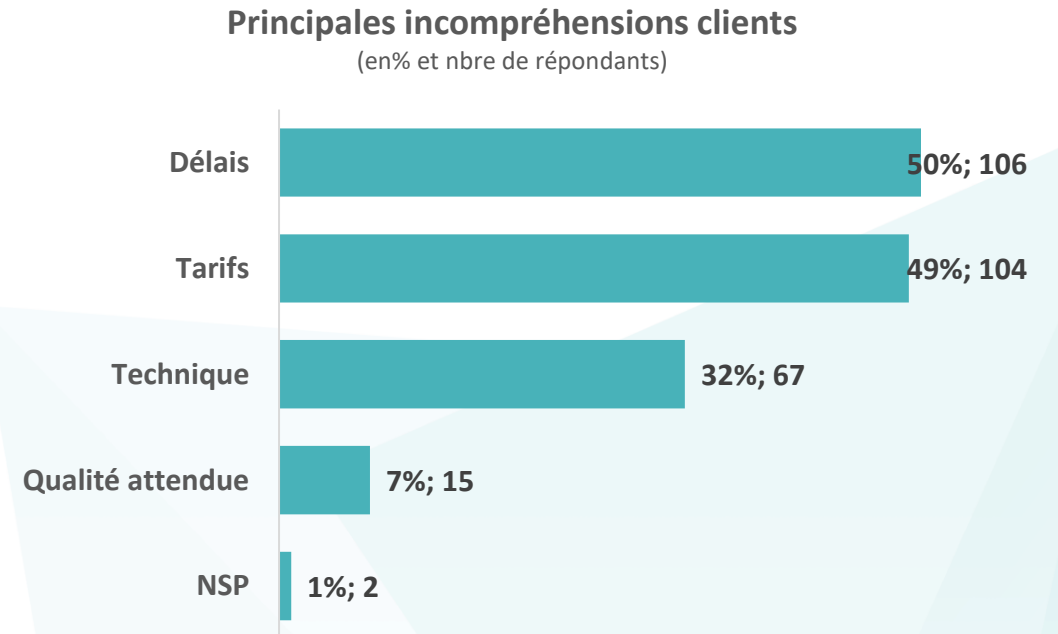
Base totale : 211



« Le numérique a pris une place majeure dans le métier, et j'ai compris que fidéliser la clientèle passe par un juste équilibre entre prix, disponibilité et qualité de service. »

## Q22. Principales incompréhensions avec vos clients (2 choix max)

Base totale : 211

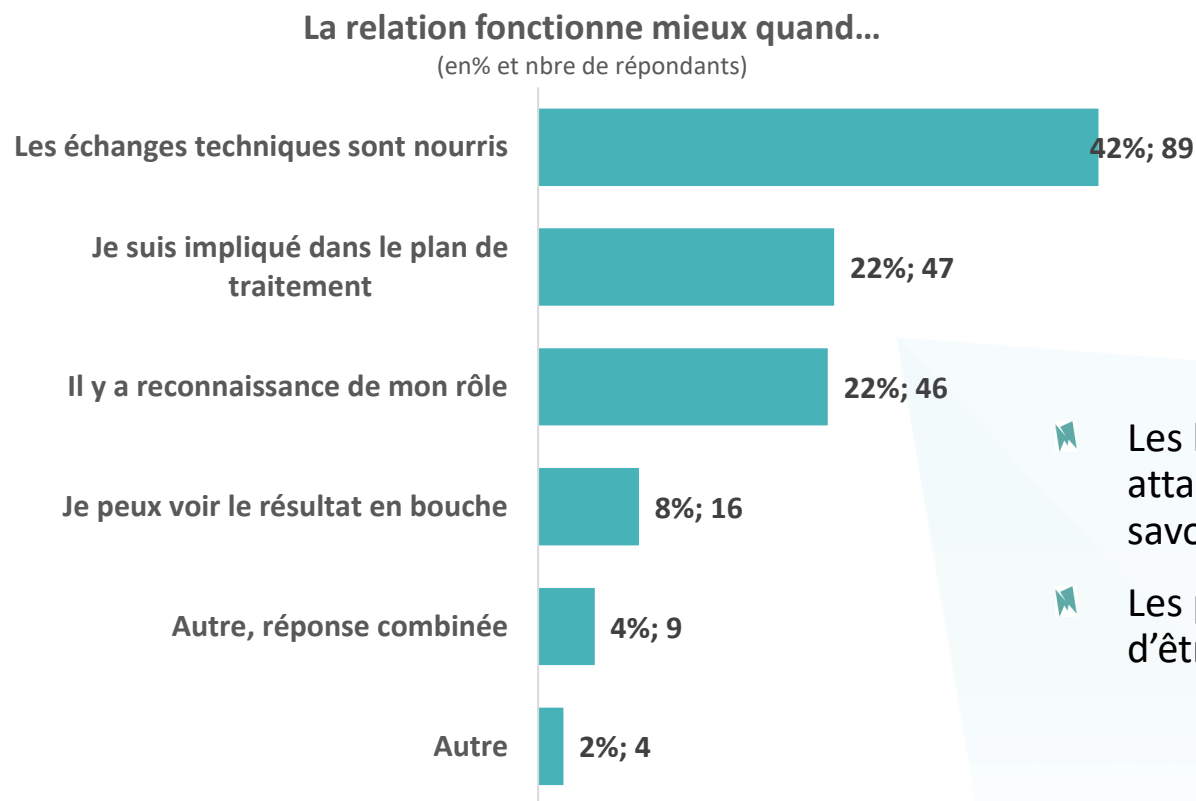


- 90% des laboratoires estiment avoir une relation fluide/plutôt fluide avec leurs clients
- Les tarifs, incompréhension n°1 des laboratoires les plus récents

# La relation fonctionne mieux quand le client s'appuie véritablement sur le savoir-faire du laboratoire

**Q22. Quand avez-vous le sentiment que la relation fonctionne le mieux ?**

Base 211 répondants

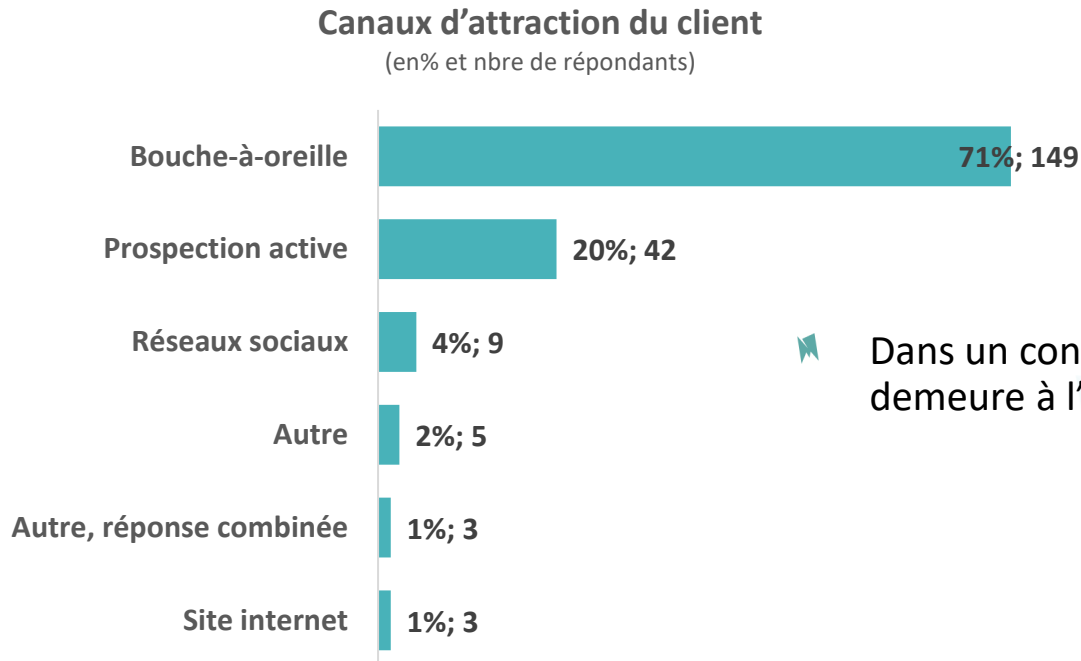


- Les laboratoires les plus anciens sont plus attachés à la reconnaissance de leur savoir-faire
- Les plus récents apprécient davantage d'être dans le plan de traitement.

# Une attraction des clients par le bouche-à-oreille

## Q23. Comment attirez-vous des clients ?

Base totale : 211



➤ Dans un contexte concurrentiel accru, la réputation du laboratoire demeure à l'origine de l'attraction des clients

# En synthèse

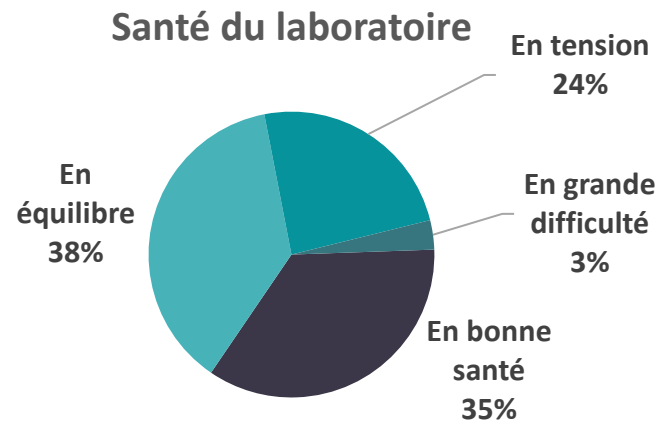
- Une relation clients plutôt fluide voire fluide (90% des laboratoires) malgré des incompréhensions sur les tarifs et les délais.
- Les tarifs, incompréhension n°1 des laboratoires les plus récents.
- La relation fonctionne mieux quand le client s'appuie véritablement sur le savoir-faire du laboratoire, quand les échanges techniques sont nourris (42%).
- Les laboratoires les plus anciens sont plus attachés à la reconnaissance de leur savoir-faire.
- Les plus récents apprécient davantage d'être dans le plan de traitement.
- Dans un contexte concurrentiel accru, la réputation du laboratoire demeure majoritairement à l'origine de l'attraction des clients avec le bouche-à-oreille comme canal principal d'acquisition pour 71% des laboratoires.

# Santé économique

# Près des ¾ des laboratoires sont au moins à l'équilibre

## Q11. Santé générale de votre labo

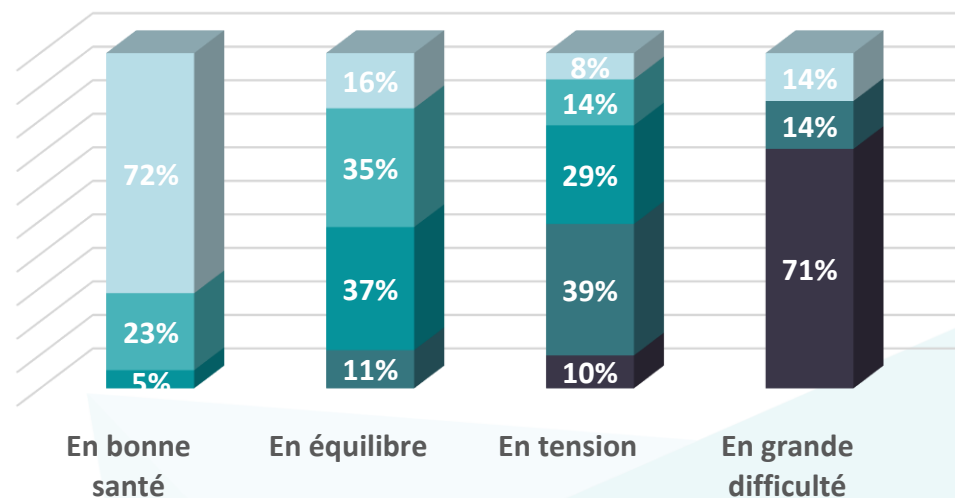
Base totale : 211



« Les coûts exorbitants des machines + logiciel + mise à jour + les matériaux ont considérablement abaissé nos seuils de rentabilité »

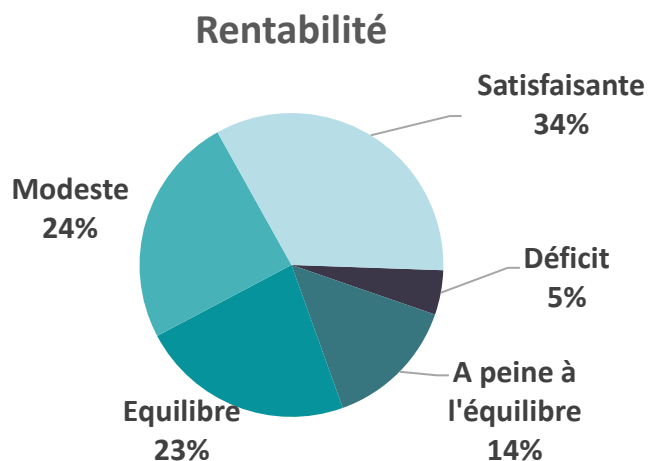
## Santé du laboratoire et rentabilité

■ Déficit ■ A peine à l'équilibre ■ Equilibre ■ Modeste ■ Satisfaisante



## Q12. Niveau de rentabilité estimée

Base totale : 211

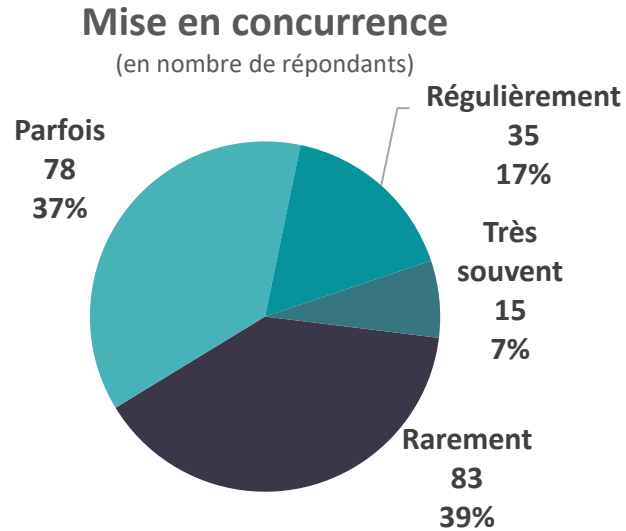


- Sur le plan de la santé, un résultat positif en apparence mais : 38% des laboratoires sont à l'équilibre, un résultat qui peut basculer dans un sens ou dans un autre, révélant une certaine fragilité du secteur.
- 6 laboratoires sur 10 ont une rentabilité positive.
- Résultat paradoxal, plus de la moitié des laboratoires qui se déclarent en tension sont au moins à l'équilibre sur le plan de la rentabilité. Ce résultat peut s'expliquer diversement : soit par une situation passagère liée par exemple à des investissements, soit par un pessimisme sur l'avenir.
- Les laboratoires les plus anciens sont en meilleure santé.
- Une rentabilité supérieure pour ceux qui ont une part de numérique plus importante et un niveau technologique plus élevé.
- Les laboratoires ayant 4 spécialisations sont plus en difficulté.

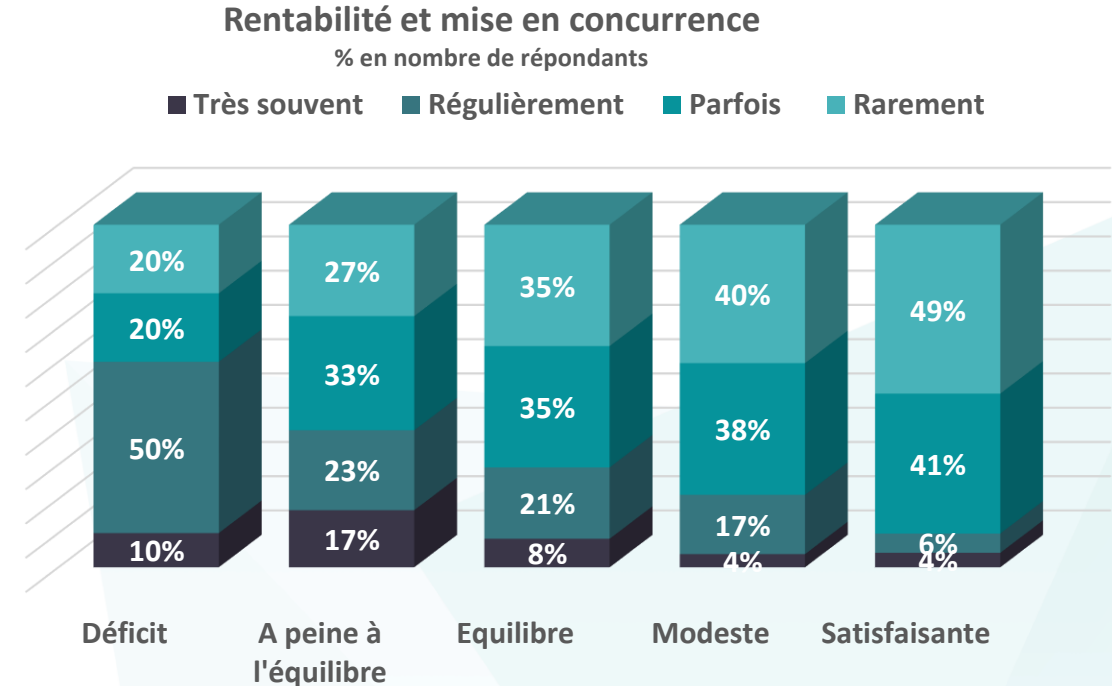
# 1/4 des laboratoires sont mis en concurrence régulièrement avec des conséquences sur la rentabilité

Q19. Vous sentez-vous mis en concurrence par vos clients ?

Base totale : 211



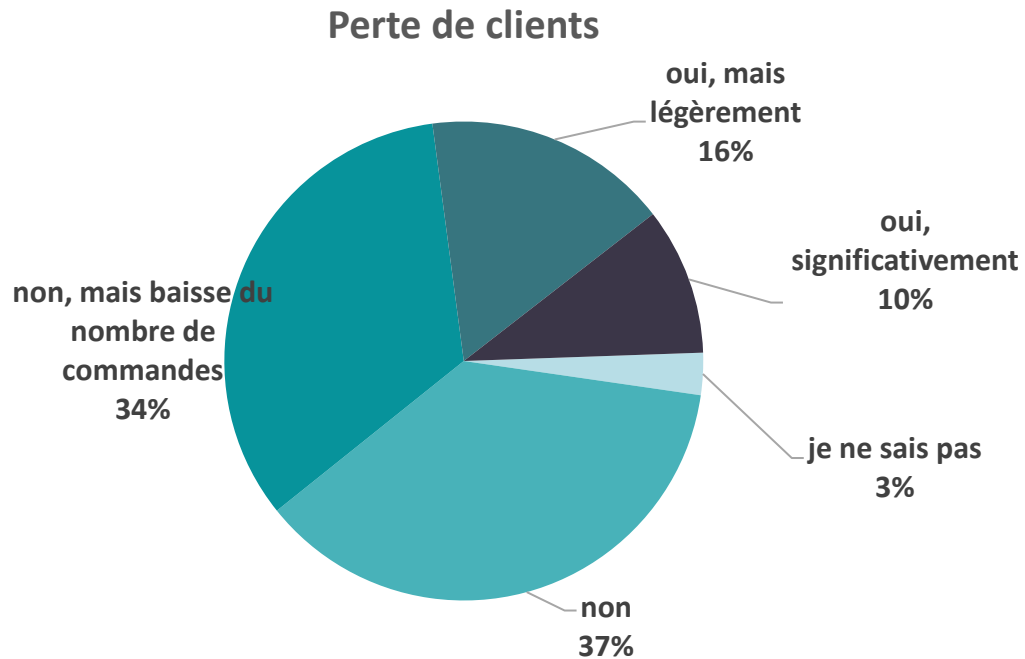
- Une mise en concurrence qui dégrade également la relation
- ¾ des laboratoires dont la relation client est complexe sont à minima mis en concurrence régulièrement



# Une des conséquences : ¼ des laboratoires ont perdu des clients

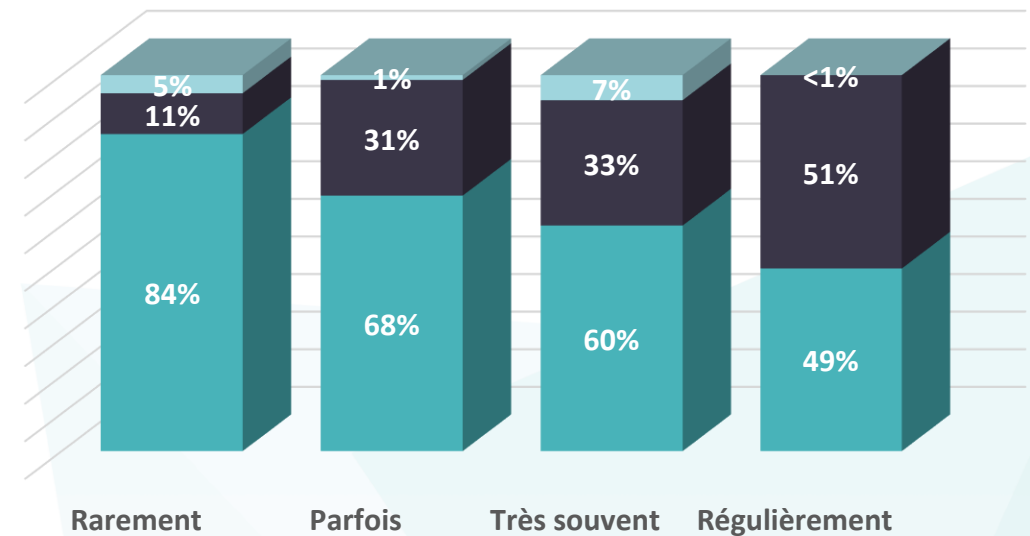
Q18. Sur les 12 derniers mois, avez-vous eu l'impression de perdre des clients?

Base totale : 211



Mise en concurrence et perte de clients

■ non ■ oui ■ je ne sais pas



- Pour 1/3 des laboratoires, pas de perte de clients mais le nombre de commandes tend à diminuer
- La concurrence entraîne la perte de clients pour les laboratoires. Elle est soit le fruit, soit la résultante des relations dégradées avec les clients

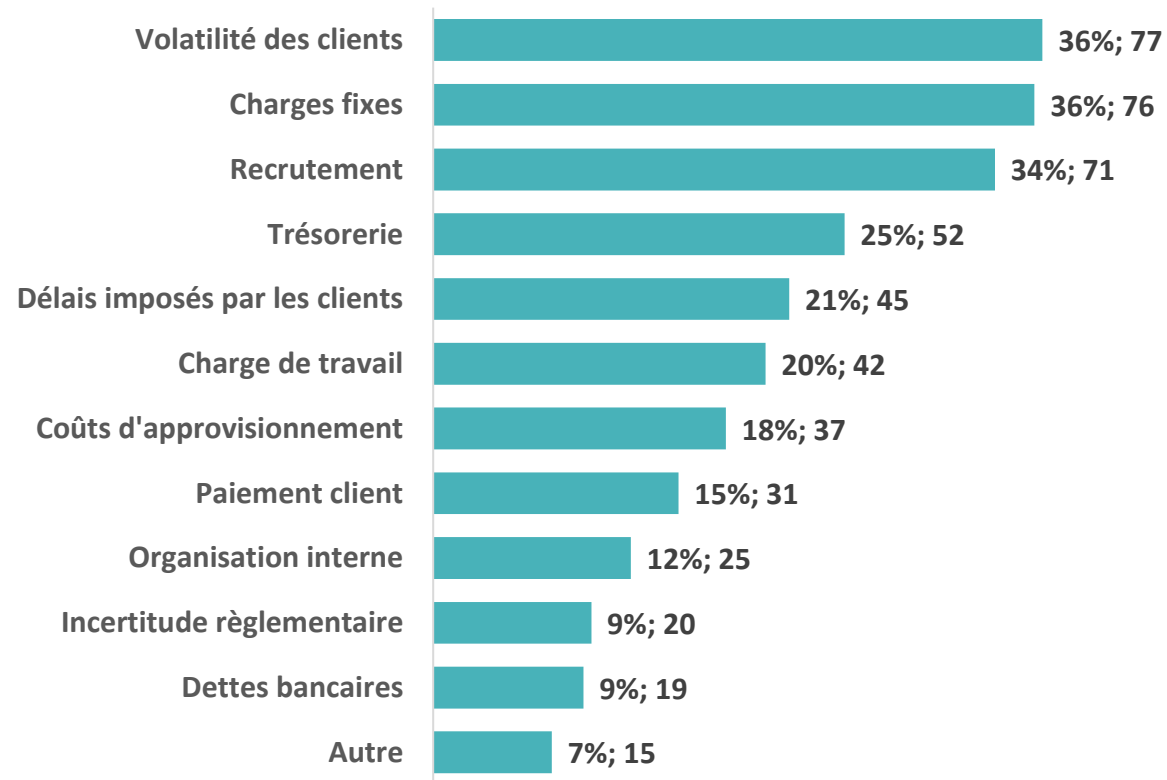
# La volatilité des clients et les charges fixes, difficultés majeures des laboratoires.

Q15. Quelles sont vos principales difficultés actuelles ? (3 choix max)

Base totale : 211

## Les principales difficultés rencontrées

(en% et nbre de répondants)



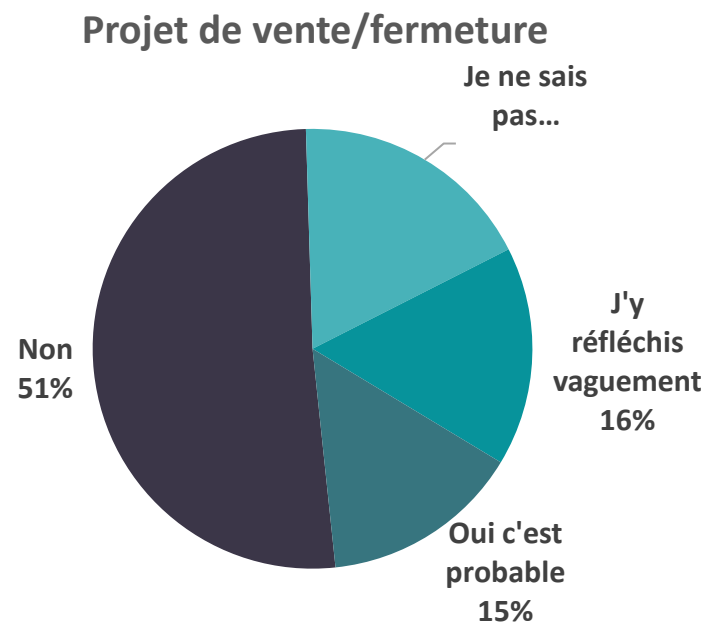
« Avant un client travaillait uniquement avec nous maintenant un client va venir chercher un produit chez nous et un autre dans un autre laboratoire. »

- La concurrence tire les tarifs vers le bas et entraîne une volatilité des clients.
- Les recrutements sont la difficulté principale des laboratoires de plus de 10 salariés, avec le constat d'une baisse des qualifications, des difficultés d'attraction des jeunes et une certaine volatilité de leur part.
- De même, la production numérique et les importations accélèrent la pression sur les délais de réalisation.
- Nombre de laboratoires déplorent une fiscalité élevée dans un contexte de baisse des tarifs.
- La trésorerie, impacté par les investissements, préoccupe ¼ des laboratoires.
- Pour les salariés : les 3 principales difficultés sont les charges fixes, le recrutement et l'organisation interne.

# Dans ce contexte, près d'un laboratoire sur 3 envisage de vendre, un sur 4 a été approché par un acteur externe

**Q13. Envisagez-vous de vendre ou fermer votre labo dans les 3 prochaines années ?**

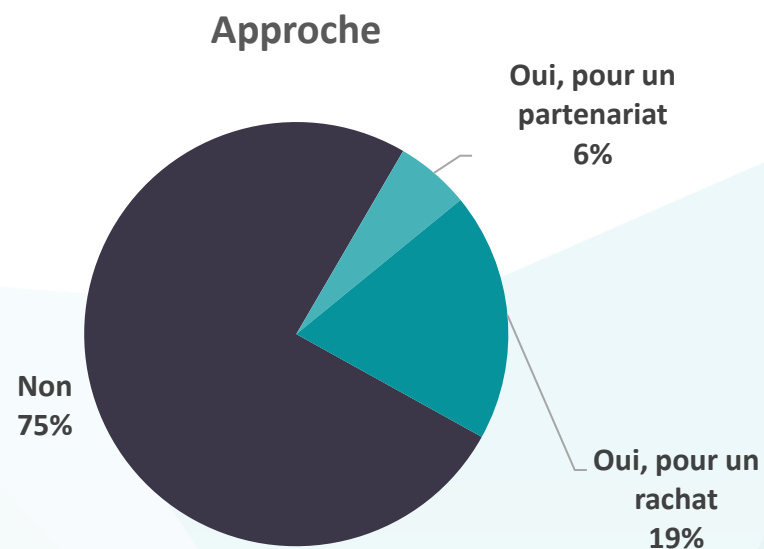
Base totale : 211



- Les laboratoires dont la rentabilité est mauvaise sont plus nombreux à envisager de vendre
- Ce sont aussi les plus gros laboratoires qui sont plus enclins à vendre

**Q14. Avez-vous été approché par un acteur externe (groupe, investisseur, industriel...)**

Base totale : 211



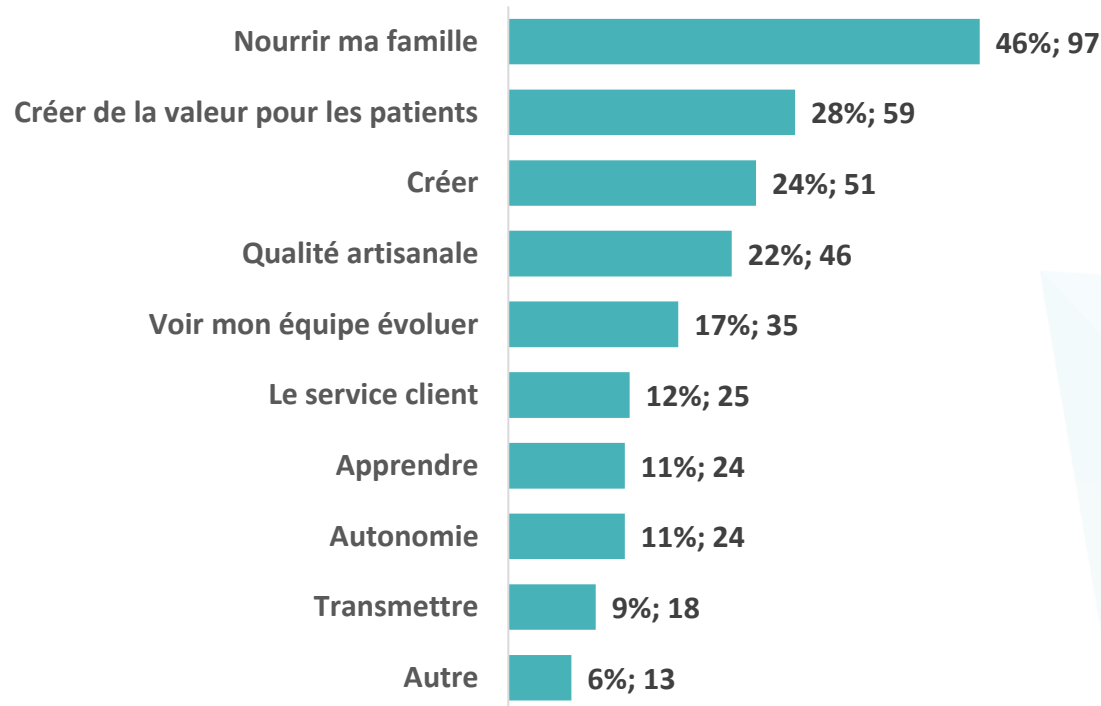
# Nourrir sa famille est la première motivation, devant la création de valeur pour les patients

Q36. Qu'est-ce qui vous fait vous lever le matin ? (2 choix max)

Base totale : 211

## Qu'est-ce qui vous fait lever le matin

(en% et nbre de répondants)



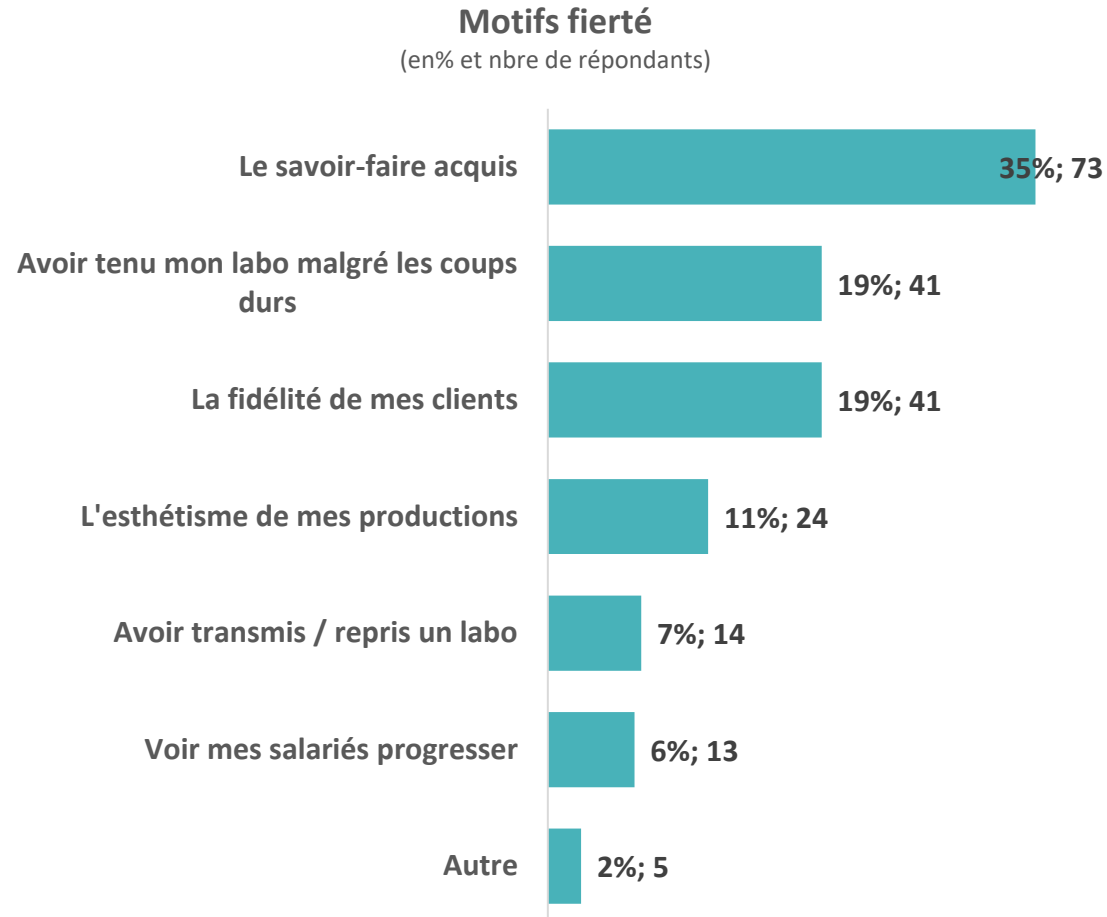
« Nous sommes toujours là pour rendre service aux patients et leur redonner le sourire »

- La création, plus importante pour les laboratoires les plus anciens
- Les laboratoires les plus anciens tendent à être davantage attachés à la qualité artisanale
- L'autonomie, 3ème préoccupation des laboratoires les plus récents

# Le savoir-faire, la plus grande fierté

## Q37. Votre plus grande fierté pro ?

Base totale : 211



- Les laboratoires les plus récents, avec moins d'historique donc probablement moins de coups durs, sont plus attachés au savoir-faire et à la fidélité.
- La résilience, source de fierté.

« Les nouveaux prothésistes ne veulent plus ( ou ne savent tout simplement pas ! ) travailler avec leurs mains , tout doit se faire à la machine . C'est l'industrialisation de notre métier avec la perte d'un savoir faire . Si l'on ne rentre pas dans le rang ( imprimante 3D , scan , usineuse au labo ) on est vu comme un mauvais prothésiste . Je suis un mohican »

# En synthèse

## Un secteur plutôt en bonne santé mais ...

- 75% des laboratoires affichent une situation au moins équilibrée.
- Mais derrière cette apparente solidité, 38% sont juste à l'équilibre, une zone grise où tout peut basculer.
- 6 laboratoires sur 10 sont rentables... mais paradoxalement, la moitié de ceux qui se disent "en tension" sont pourtant rentables, signe d'un climat anxieux (incertitude sur l'avenir...) ou d'une situation passagère liée par exemple à des investissements.
- Les laboratoires les plus anciens résistent mieux, aidés par :
  - une part de numérique plus forte,
  - un niveau technologique plus élevé.

## Une mise en concurrence qui fragilise le modèle

- 1 laboratoire sur 4 est régulièrement mis en concurrence.
- Conséquences directes : rentabilité sous pression, relations clients dégradées.
- 25% ont déjà perdu des clients.
- Fait marquant : 75% des laboratoires qui vivent une relation client complexe sont mis en concurrence, sans qu'on puisse dire qui entraîne l'autre.

## Des difficultés qui s'accroissent

- Les défis majeurs : la volatilité des clients et des charges fixes élevées dans un contexte de baisse des tarifs, qui impactent la rentabilité.
- Pour les laboratoires >10 salariés : le recrutement en tête des difficultés
  - baisse des qualifications,
  - attractivité limitée,
  - forte volatilité des jeunes.

- Pression sur les délais due au numérique et aux importations.
- Fiscalité perçue comme trop lourde,
- Côté salariés : charges fixes, recrutement, organisation interne forment le trio des principales difficultés.

## Le paysage s'assombrit : ventes et fermetures à l'horizon

- 1 laboratoire sur 3 envisage de vendre.
- 1 sur 4 a déjà été approché par un acteur externe.
- Les moins rentables sont les plus enclins à céder... mais les plus gros laboratoires aussi. Peut-être en partie pour des questions de départ à la retraite.

## Des motivations entre réalité économique et intérêt des patients

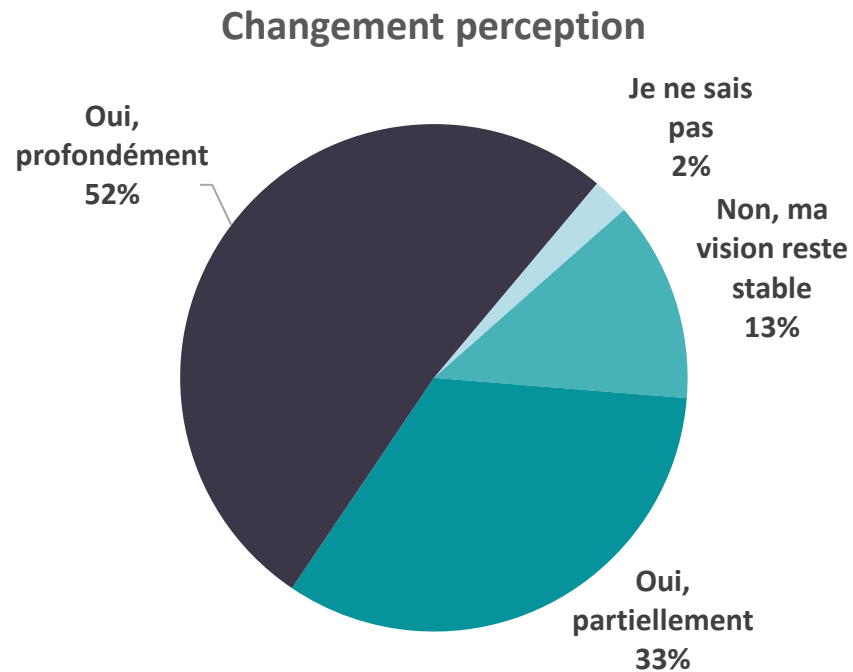
- La priorité : faire vivre sa famille, devant la création de valeur pour les patients.
- Les laboratoires les plus anciens aussi animés par :
  - la qualité artisanale,
  - la résilience (fierté d'avoir "tenu malgré les coups durs").
- Les laboratoires les plus récents valorisent surtout :
  - le savoir-faire,
  - la fidélité,
  - l'autonomie.

# Evolutions

# Une perception du métier qui a évolué pour 9 laboratoires sur 10

**Q16. Votre manière de percevoir le métier a-t-elle évolué ces 5 dernières années?**

Base totale : 211

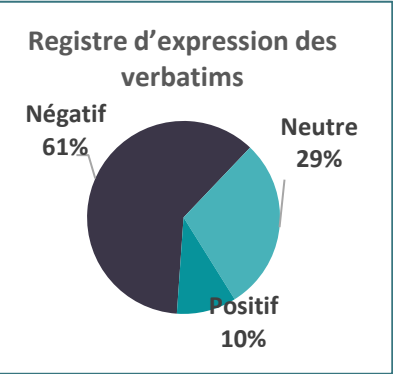


« Je me suis installé en pensant pouvoir imposer une certaine gamme avec un tarif représentatif de la qualité du travail . Cependant quelques laboratoires aux alentours travaillent pas trop mal et ont des tarifs concurrentiels avec les prothèses importées. La grosse concurrence ne vient pas d'ailleurs mais du labo d'à côté. Voilà pourquoi ma vision a changé »

➤ Ceux dont la vision reste stable sont les plus gros (30% contre 13% en moyenne)

# Une évolution perçue plutôt négativement, autour du numérique

**Q17. Comment ? Classement par items (Plusieurs thèmes par répondant)**  
*Question ouverte – Base 100 (en% et nbre de répondants)*



Technique/technologie	45%; 45
Concurrence étrangère	21%; 21
Savoir-faire/spécialisation/attachement métier	18%; 18
Prix/rentabilité	17%; 17
Evolution métier et perception	13%; 13
Qualité	9%; 9
Structuration marché	7%; 7
Clients - stratégie et relations	7%; 7
Concurrence locale	7%; 7
Coûts/charges	7%; 7
Délais	6%; 6
Stratégie d'entreprise	5%; 5
Formation du personnel	5%; 5
Industrialisation	5%; 5
Valorisation profession	5%; 5
Charge de travail	4%; 4
Rac 0	3%; 3
Vision court/moyen terme	3%; 3
Réglementaire	1%; 1
Contacts patients	1%; 1
Qualité de vie	1%; 1

« Le numérique nous oblige à devenir technicien de maintenance à 50%, prothésiste à 30% et commercial à 20% »

« L'orientation numérique en détruisant notre savoir faire me désole »

« Métier en perdition avec l'importation de prothèses étrangères, formation en baisse de qualité. Clientèle de plus en plus difficile à gérer et irrégularités dans la quantité de travail. »

« Baisse de la qualité demandée, niveau général de la profession en baisse ainsi que le niveau de pratique des praticiens malgré la révolution numérique. »

« Le métier de prothésiste dentaire est passé d'un métier de passion à un métier de pression. La rentabilité a remplacé le service à la personne. Nous sommes devenus des machines qui travaillent avec des machines... Bref, le cœur n'y sera plus si un souffle nouveau ne s'obstine pas à circuler entre nous tous. »

Avec certitude et j'en suis l'exemple, les labo de proximité seront de plus en plus rares et ne s'occuperont plus que de réparer et implantologie /esthétique

« On ma vendu un rêve. Cordialement ».

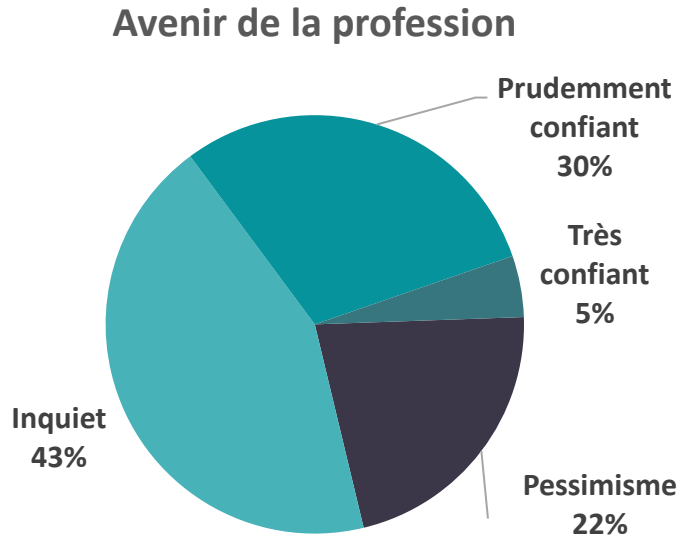
« Le RAC 0 a fait entrer la grande majorité des dentistes dans les circuits des prothèses importées low cost. »

- La révolution numérique est perçue comme une transformation profonde, mais souvent déstabilisante.
- Beaucoup évoquent la perte du savoir-faire traditionnel, la standardisation des pratiques et la pression croissante sur les délais. Cette mutation impose une réorganisation des laboratoires et un effort accru de formation du personnel.
- Sur le plan économique, les investissements nécessaires sont lourds et les coûts fixes en hausse, fragilisant les plus petites structures. Le marché se concentre, tandis que la baisse des tarifs pèse sur les marges.
- Parallèlement, la concurrence s'intensifie — qu'elle soit étrangère, notamment chinoise, ou locale via la sous-traitance. Les dentistes privilégient davantage les offres low cost, et le dispositif RAC 0 est perçu comme un facteur d'appauvrissement du métier.
- Ces évolutions affectent la qualité des produits et s'accompagnent d'un constat partagé : le niveau de formation des jeunes professionnels baisse. Elles nourrissent une fatigue croissante et un sentiment de désillusion vis-à-vis du métier.
- Une minorité souligne néanmoins quelques aspects positifs : un meilleur confort de vie et la possibilité de se différencier en montant en gamme.

# 2/3 des laboratoires sont inquiets pour l'avenir de la profession

Q26. Comment vous sentez-vous face à l'avenir de la profession?

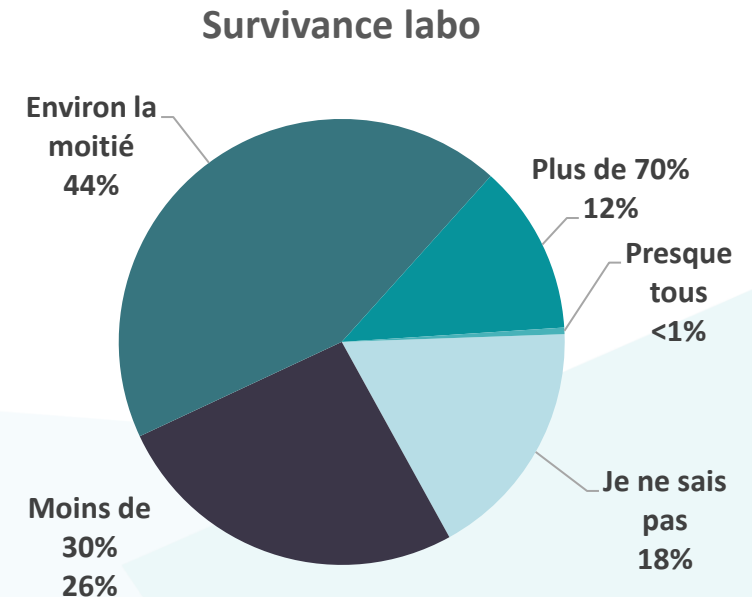
Base totale : 211



« Le numérique prend une part plus importante surtout chez les nouvelles générations de dentistes. Les anciens restent en méthode traditionnel, il faut alors une nouvelle organisation qui allie les deux. Le problème étant ses empreintes numériques facilement envoyables à des « laboratoires français » et exportant toute leur production à l'étranger. On se bat pour du made In France, mais on nous tire de tous les côtés. Les dentistes qui ne veulent pas payer car c'est trop cher, mais au détriment du patient bien évidemment car quels sont leurs produits ? C'est un métier passionnant, mais au delà de ça très stressant. Je me suis lancée dans cette folle aventure d'entrepreneuriat, non pas pour concurrencer quiconque mais pour essayer de faire perdurer notre savoir-faire. Mais cela sera-t-il durable ? »

Q27. A votre avis, quelle part des laboratoires survivra aux 10 prochaines années ?

Base totale : 211

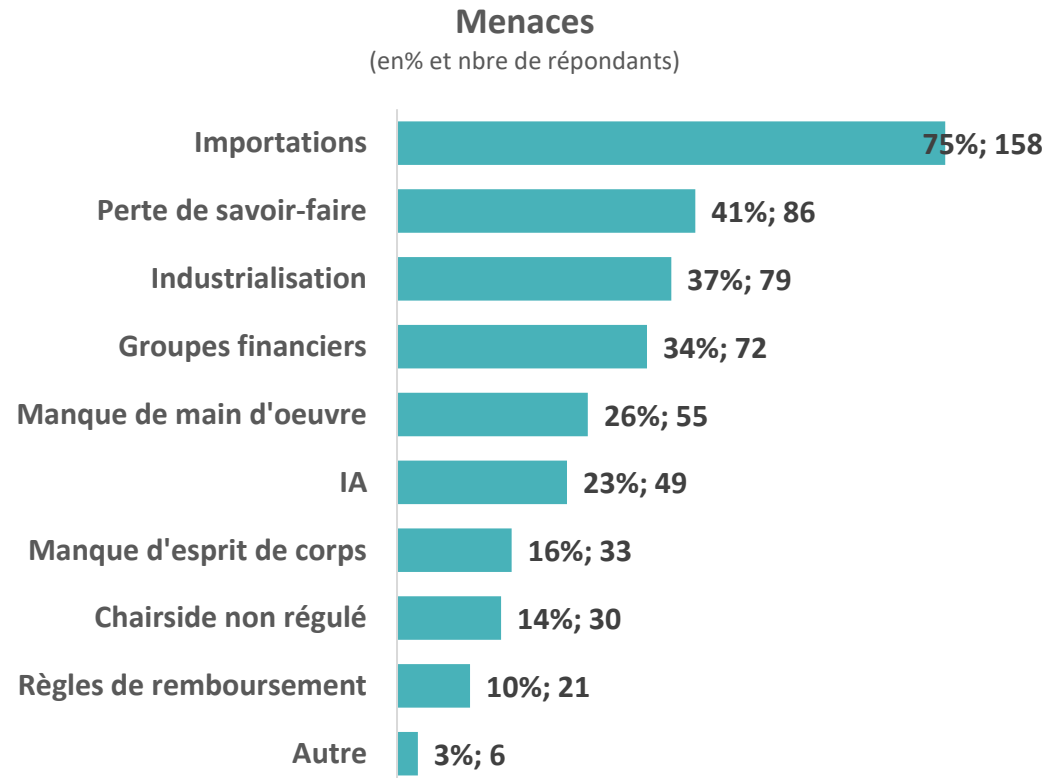


- 7 laboratoires sur 10 pensent que le taux de survivance ne dépasse pas les 50%
- Les laboratoires en bonne santé sont les plus optimistes et donnent les taux de survivance les plus hauts
- Assez logiquement, les laboratoires qui souhaitent vendre sont les plus pessimistes.

# Les importations, la grande menace

**Q28. Principales menaces à la profession à court et moyen terme(Max 3 réponses)**

Base totale : 211



« Cette concurrence déloyale qui creuse notre tombe »

- Le développement du numérique s'est accompagné d'une concurrence venant de l'étranger et notamment de la Chine entraînant pression sur les tarifs et les délais.
- La perte de savoir-faire, notamment en traditionnel est une préoccupation majeure des laboratoires dont la constante est un fort attachement au métier.
- Les mouvements de restructuration du marché, via l'industrialisation et le rachat de laboratoires par des groupes financiers inquiètent 1/3 des laboratoires.
- Le manque de main d'œuvre, préoccupation n°2 pour les laboratoires de plus de 10 salariés

# En synthèse

## Un métier qui a profondément changé... et pas toujours en bien

- ✦ 9 laboratoires sur 10 estiment que leur métier a évolué.
- ✦ Une évolution vécue plutôt négativement, en raison d'une révolution numérique déstabilisante.
- ✦ Le numérique transforme le travail en profondeur : perte du savoir-faire traditionnel, standardisation, pression sur les délais, réorganisation permanente et fort besoin de formation.
- ✦ Sur le plan économique : investissements lourds, coûts fixes en hausse, baisse des tarifs.
- ✦ les plus petites structures sont fragilisées.
- ✦ La concurrence fragilise l'activité : importations chinoises, sous-traitance, offres low cost
- ✦ Le RAC 0 engendre un sentiment d'appauvrissement du métier.
- ✦ Ces évolutions entraînent fatigue, désillusion, baisse perçue du niveau de formation des jeunes.
- ✦ Une minorité souligne toutefois des bénéfices : meilleur confort de vie, opportunités de différenciation par le haut de gamme.

## Un avenir qui inquiète : la survie du métier en question

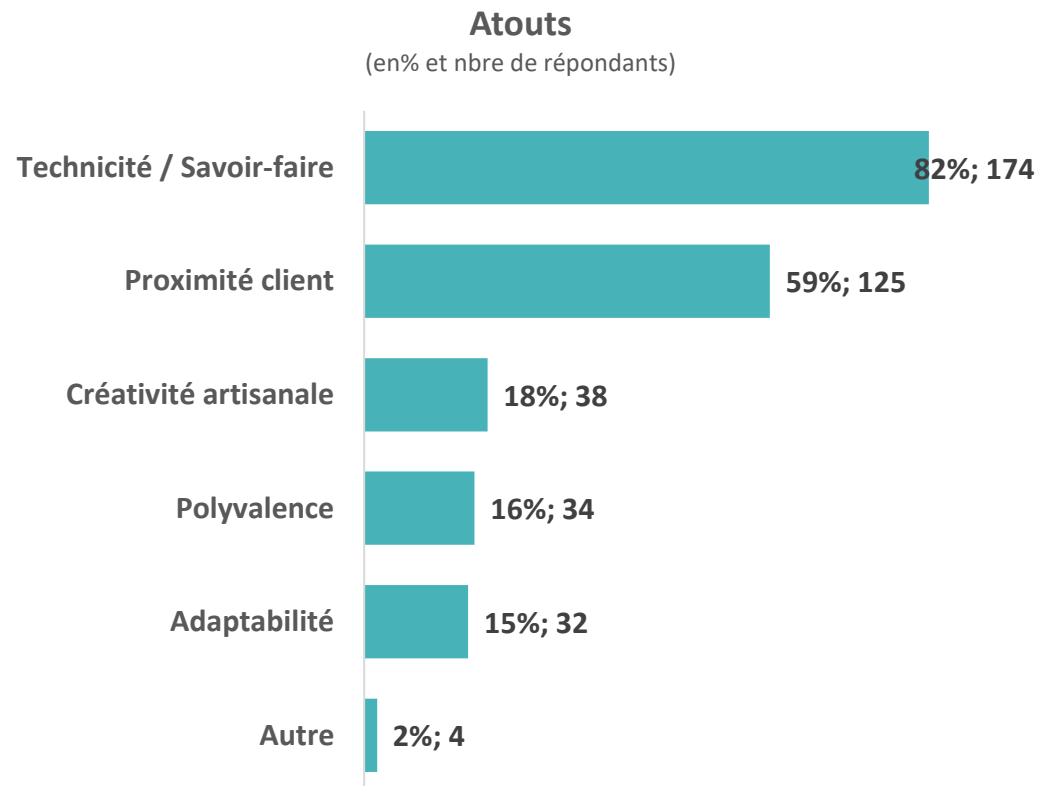
- ✦ 2/3 des laboratoires sont inquiets pour l'avenir.
- ✦ 7 sur 10 pensent que moins de la moitié des laboratoires survivront dans les années à venir.
- ✦ Les laboratoires les plus rentables sont les plus optimistes ; ceux qui envisagent de vendre sont logiquement les plus pessimistes.
- ✦ Importations et restructurations du marché (industrialisation, groupes financiers) sont perçues comme les menaces majeures.
- ✦ Pour les labos >10 salariés : la pénurie de main d'œuvre devient la difficulté n°2.

# Perspectives

# Le savoir-faire et la proximité client pour résister

**Q29. Principaux atouts de la profession à valoriser aujourd'hui et demain (2 choix max)**

Base totale : 211

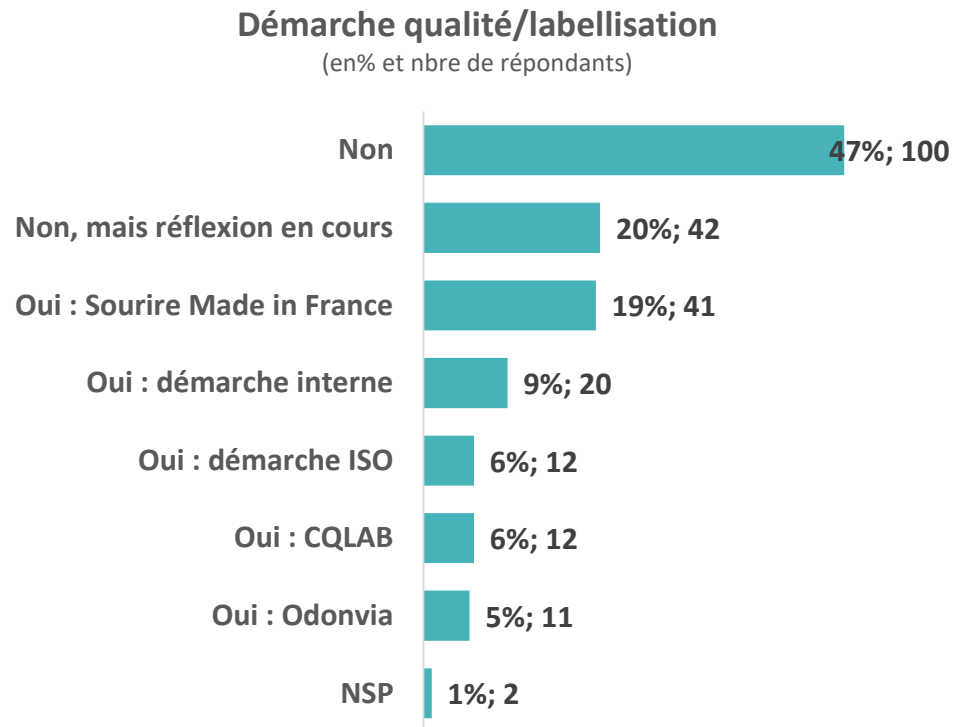


- Les laboratoires sont très attachés et fiers de leur savoir-faire, pour 8 laboratoires sur 10 c'est un atout qu'il faut valoriser, notamment pour faire face à la concurrence.
- La proximité des clients, qui favorise le dialogue et la personnalisation du service, est manifestement un atout qu'il faut conserver.
- La créativité artisanale est plus importante pour les plus petits laboratoires, dernier atout pour les plus de 25 ans

# 1 laboratoire sur 3 est engagé dans une démarche qualité ou de labellisation

**Q24. Etes-vous engagé dans une démarche qualité / labellisation ?**

Base totale : 211



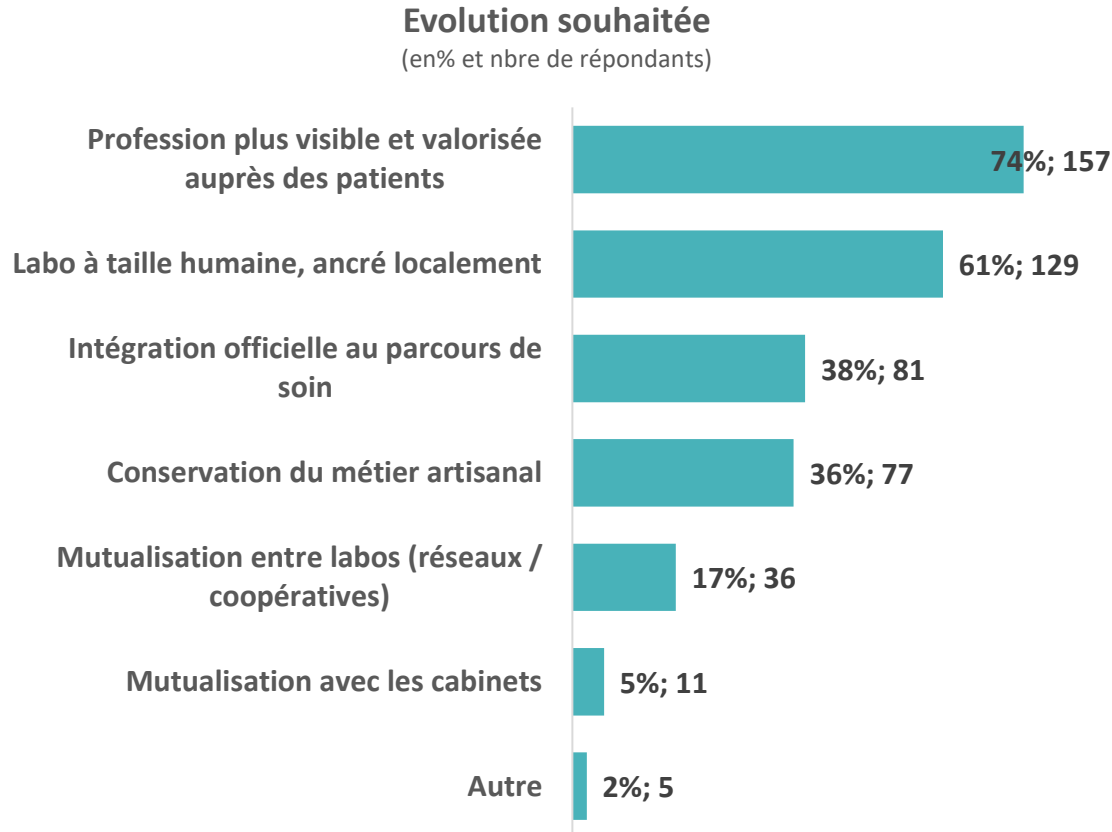
Engagés  
**35%**

- Les démarches de qualité et de labellisation, pour valoriser et protéger le savoir-faire
- Le sourire Made In France, la plus répandue des démarches
- Les gros laboratoires sont les plus engagés : 56% d'entre eux ont engagé une démarche qualité ou labellisation

# La valorisation et la visibilité auprès des patients, massivement plébiscités

**Q30. Et dans l'idéal, quelle évolution souhaiteriez-vous ? (3 choix max)**

Base totale : 211

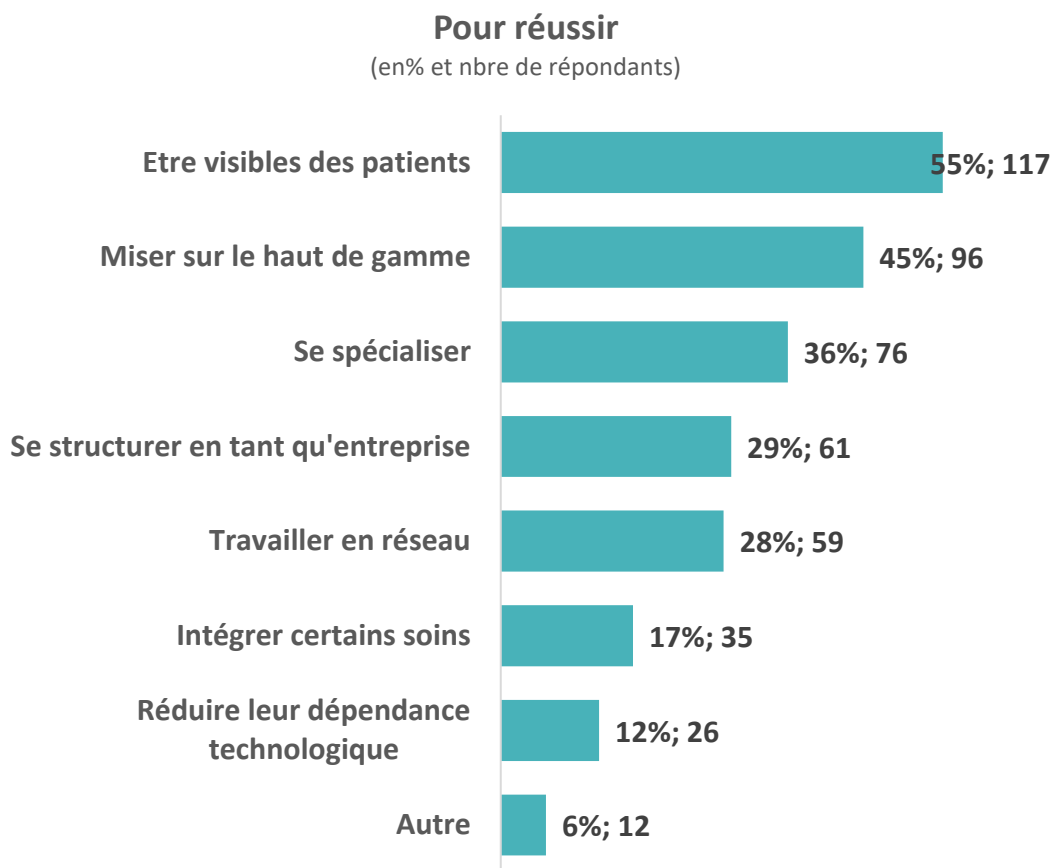


- Pour  $\frac{3}{4}$  des laboratoires, il est essentiel d'être visible des clients finaux et le savoir-faire auxquels ils sont très attachés soit davantage reconnu.
- Face à l'industrialisation et la concentration des laboratoires, l'ancrage local pour être au plus près de ses clients ainsi qu'une taille limitée, sont une évolution privilégiée par les laboratoires.
- Le statut de la profession est au cœur des débats : 4 laboratoires sur 10 souhaiteraient une intégration au parcours de soin et donc un statut paramédical, ils sont autant à vouloir garder le caractère artisanal du métier.
- A noter que l'intégration à un cabinet n'est pas une évolution souhaitée par les laboratoires.

# Etre visible des patients, 1<sup>ère</sup> condition de réussite

**Q31. Demain, pour réussir durablement les laboratoires devront.... (3 choix max)**

Base totale : 211



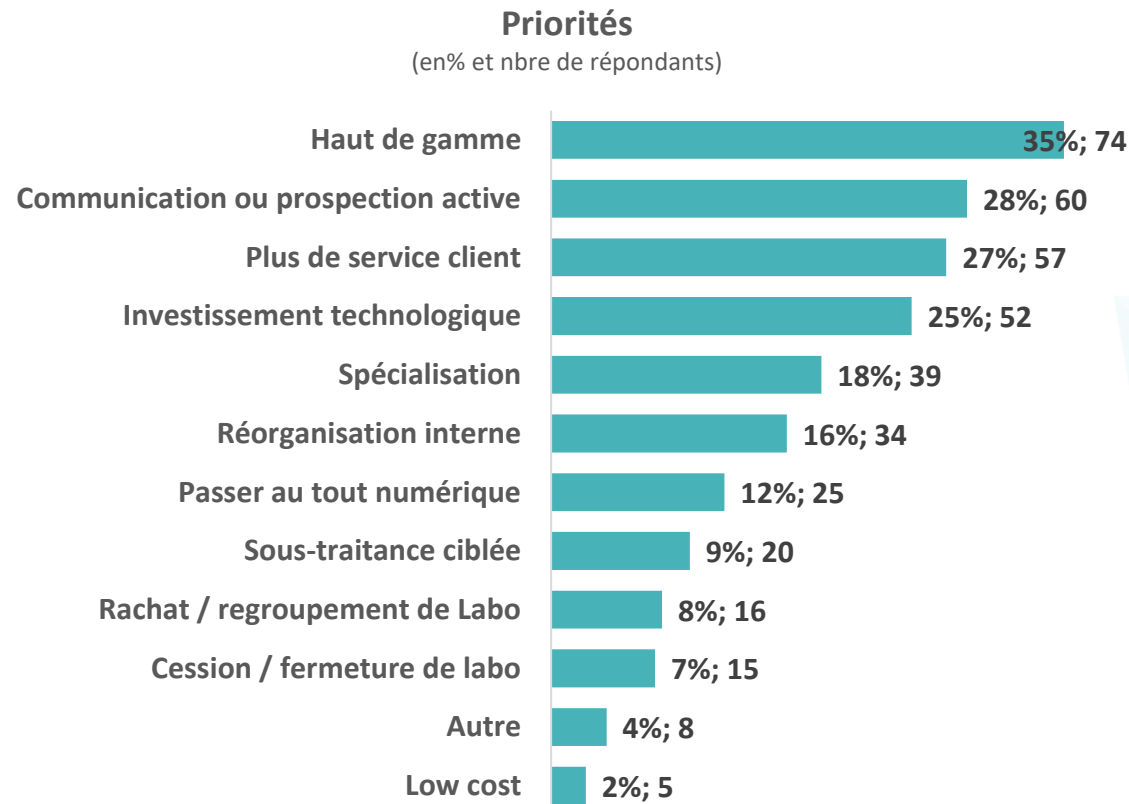
➤ Dans un contexte de concurrence accrue et de nivellement de la qualité vers le bas, la survie des laboratoires repose sur leur capacité à renforcer leur visibilité auprès des patients et, plus largement, à revaloriser la profession.

➤ Cette dynamique passe par une stratégie de spécialisation et un positionnement sur le haut de gamme, garants de différenciation et de pérennité.

# En écho aux conditions de réussite, le haut de gamme est considéré comme une priorité

## Q25. Priorités de développement à moyen terme (3 choix max)

Base totale : 211



« Nécessité de se spécialiser afin d'offrir des prestations haut de gamme »

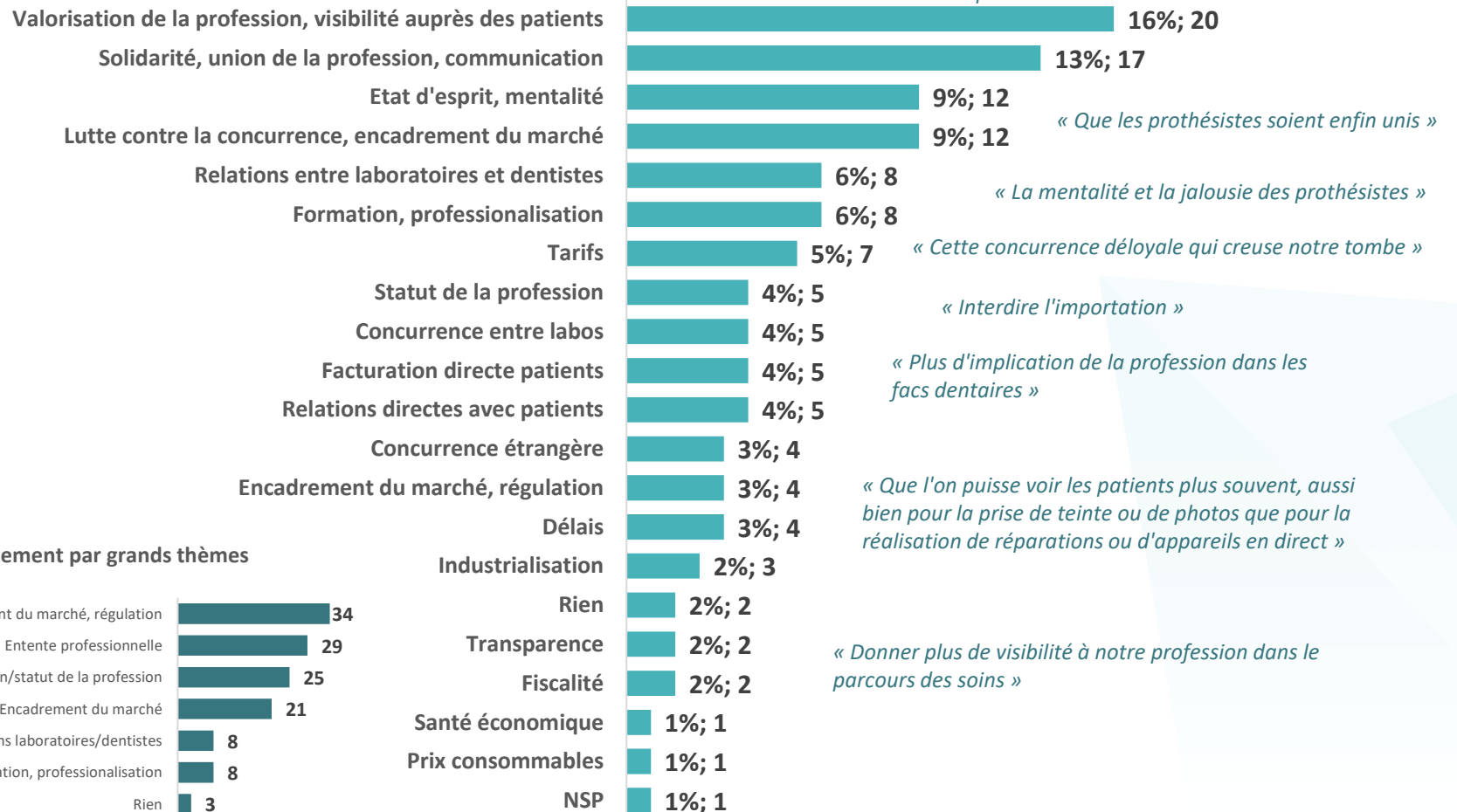
- Face au développement du low cost, les laboratoires veulent mettre leur savoir-faire au service du haut de gamme.
- En second lieu, il s'agit de renforcer la visibilité des laboratoires, de valoriser davantage leurs activités auprès des clients mais aussi de renforcer la prospection active dans un contexte où le bouche-à-oreille risque de ne plus suffire.
- Cette démarche passe par une communication plus soutenue et plus ciblée, visant à mieux faire connaître leur expertise et leur contribution.
- Une des enjeux réside dans le développement du service client, levier de fidélisation et de valorisation du savoir-faire des laboratoires, contribuant ainsi à renforcer leur visibilité et leur image auprès des clients.

# L'expression libre confirme que la clé se trouve dans l'encadrement du marché, l'union et la valorisation

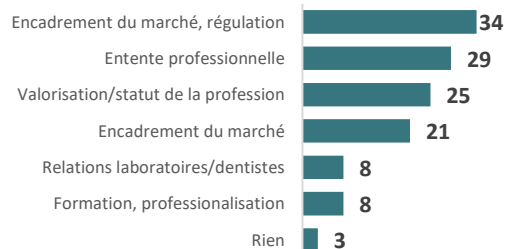
**Q40. Si vous pouviez changer UNE chose de la profession, ce serait quoi ?**

Question ouverte – Base : 128

## Classement des verbatims par thème



## Classement par grands thèmes



- Les laboratoires appellent à un encadrement plus strict du marché, notamment au regard des importations, des tarifs pratiqués et du système de remboursement de soins.
- La valorisation de la profession apparaît comme un enjeu central.
- Les laboratoires expriment un sentiment de manque de reconnaissance et la nécessité d'être pleinement intégrés au parcours de soins.
- Ils soulignent l'importance d'une meilleure visibilité auprès du grand public afin de défendre leur savoir-faire et la qualité de leur travail.
- Par ailleurs, la profession souffre d'un manque de cohésion, marqué par une concurrence interne et une individualisation des pratiques, alors même qu'une solidarité accrue serait jugée essentielle pour faire face aux défis du secteur.
- Les relations parfois tendues avec les dentistes, accentuées par la concurrence et la facturation indirecte, sont perçues comme des sources d'injustice.
- Le renforcement de la formation, dont la baisse du niveau est jugée préoccupante, est également une des préoccupations des laboratoires.

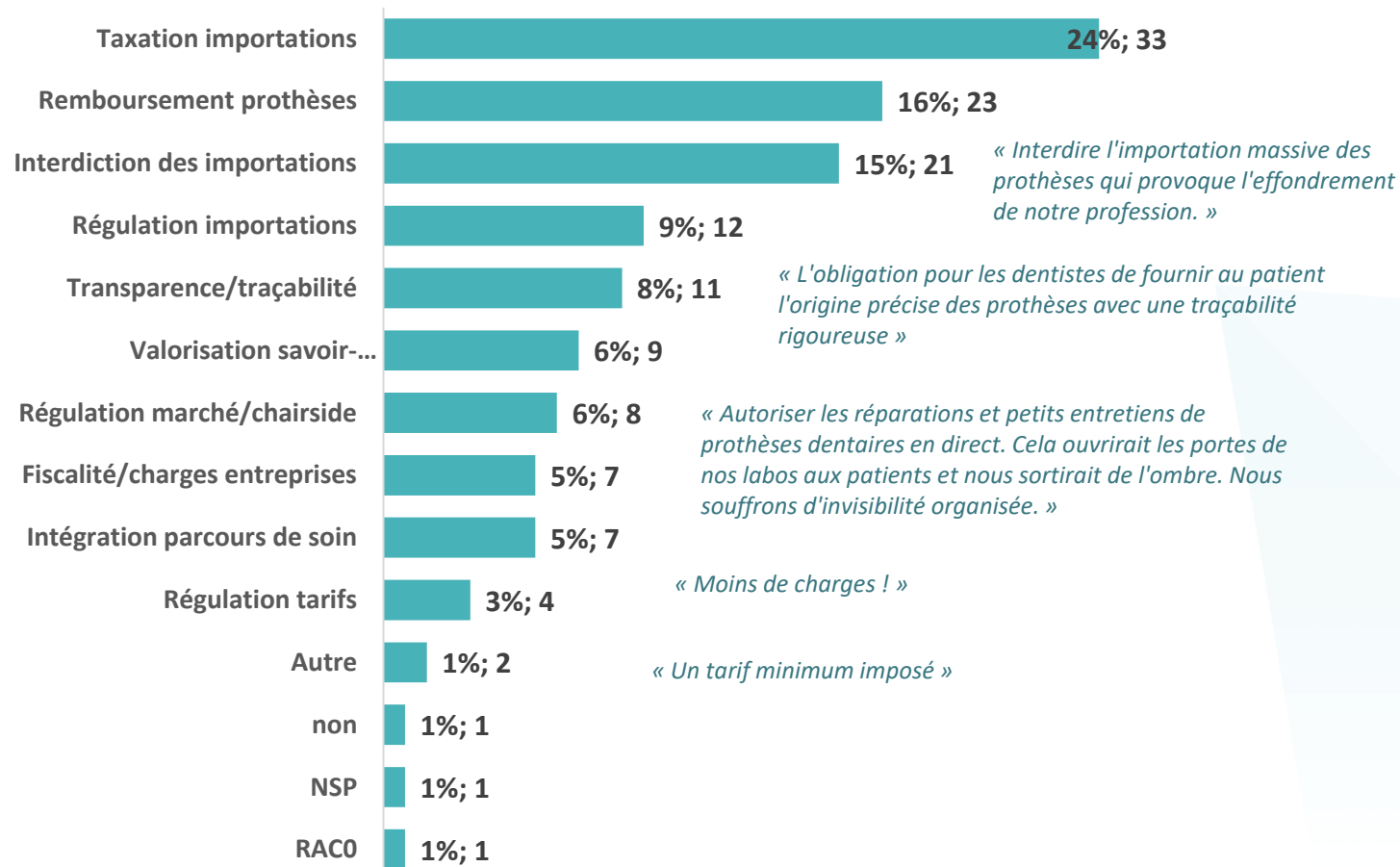
# La lutte contre les importations, au coeur des mesures politiques urgentes

## Q41. Une mesure politique que vous jugez urgente ?

Question ouverte – Base : 140

### Classement des verbatims par thème

(en% et nbre de répondants)



Il s'agit de la question ouverte avec le plus de répondants, montrant une urgence et une nécessité d'agir.

Les propositions formulées s'articulent autour de trois grands axes :

- La lutte contre la concurrence déloyale, par le biais de mesures telles que la taxation ou le déremboursement des prothèses importées, voire leur interdiction. L'instauration d'un tarif plancher est également évoquée pour éviter le dumping.
- La valorisation du "made in France" et du savoir-faire artisanal, portée par un fort attachement au métier et à la qualité des prothèses françaises. La défense de la production nationale passe notamment par une communication renforcée sur ses spécificités et sa valeur ajoutée.
- La maîtrise des coûts et des charges, dans un contexte marqué par l'augmentation des investissements — un sujet récurrent, bien que non spécifique à la profession.

En filigrane, la transparence et la traçabilité sont perçues comme des leviers essentiels pour défendre la production française et sanctionner les pratiques de sous-traitance à l'étranger.

L'intégration à un cabinet, le chairside, quant à lui, suscite une perception globalement négative, de même que le RAC 0.

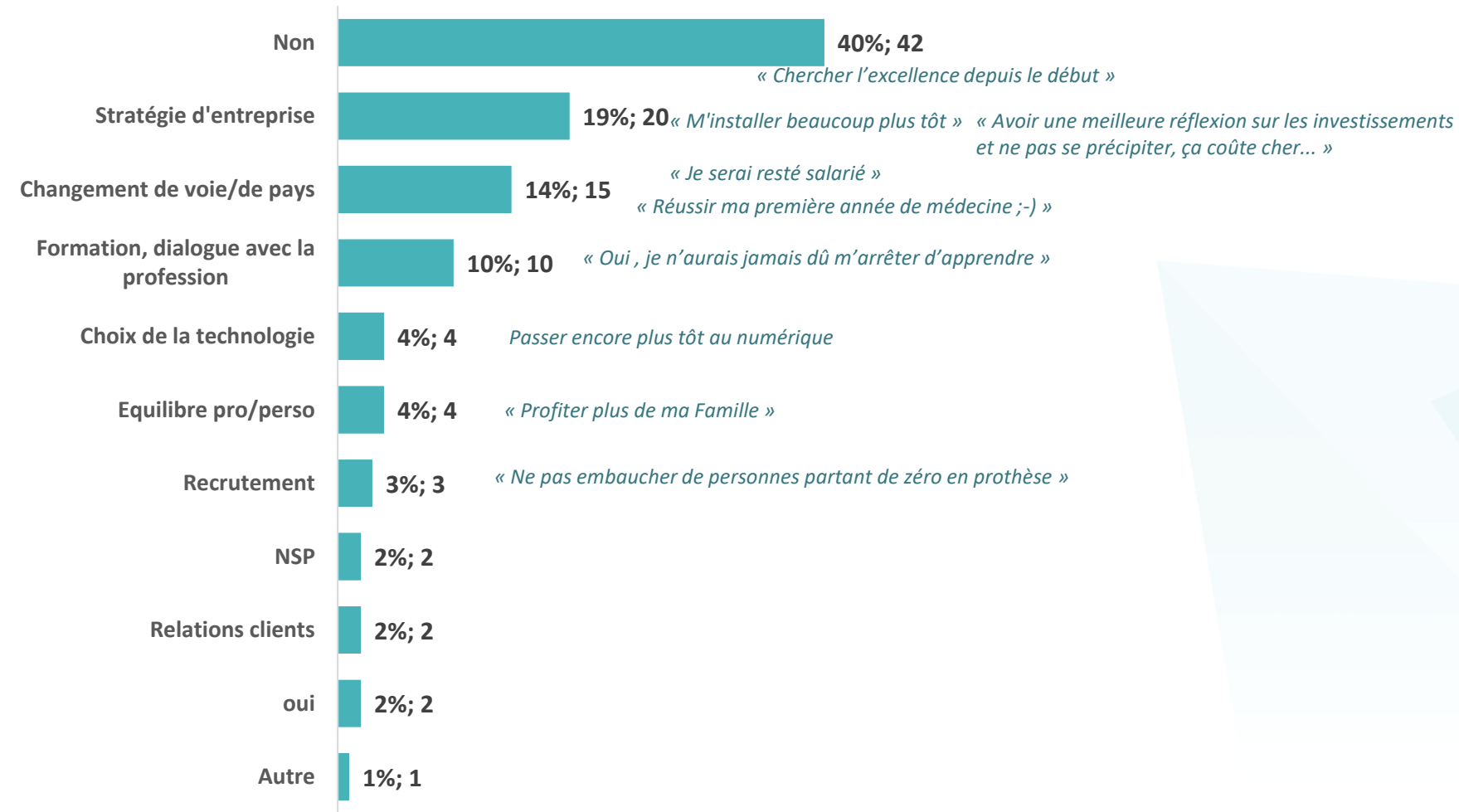
# Une certaine satisfaction du parcours effectué : 42% des laboratoires ne changeraient rien

**Q43. Avec le recul, y-a-t-il une décision que vous feriez autrement dans votre parcours?**

Question ouverte – Base : 105

## Classement par items

(en% et nbre de répondants)



- ✦ Globalement, une réelle satisfaction ressort quant au parcours effectué, en cohérence avec la fierté souvent exprimée tout au long du questionnaire.
- ✦ Pour environ un laboratoire sur cinq, certaines décisions auraient toutefois été prises différemment, en termes de stratégie d'entreprise : ils se seraient lancés plus tôt ou auraient privilégié leur indépendance.
- ✦ En termes de gestion financière : investissements précipités ou trop importants, recrutements inadaptés...
- ✦ Environ un répondant sur six évoque qu'il aurait choisi une autre voie, notamment aller au bout des études de médecine.
- ✦ Des regrets apparaissent aussi concernant le manque de formation continue et d'échanges entre pairs.
- ✦ Certains estiment avoir pris le virage numérique un peu tardivement.
- ✦ Enfin, signe d'une fatigue et d'une désillusion déjà observées, quelques-uns évoquent un déséquilibre entre vie professionnelle et personnelle.

# En synthèse(1)

## Les ressources du métier : ce qui permet encore de tenir

- ✦ Le savoir-faire, fierté de 8 labos sur 10, est perçu comme la meilleure réponse face à la concurrence.
- ✦ La proximité avec les clients reste un atout décisif (personnalisation, dialogue, fidélisation).
- ✦ La créativité artisanale distingue particulièrement les petits laboratoires et les plus anciens.
- ✦ Dans cet optique de protéger et valoriser le savoir-faire : 1 labo sur 3 est déjà engagé dans une démarche qualité ou labellisation
- ✦ avec une surreprésentation des plus gros : 56% d'entre eux concernés.
- ✦ Le "sourire Made In France" est la démarche la plus répandue.

## Se rendre visible : une clé pour survivre

- ✦ Pour 3 laboratoires sur 4, être visible du patient final est indispensable — le savoir-faire doit être reconnu et visible.
- ✦ Le contexte pousse à :
  - ✦ se spécialiser,
  - ✦ monter en gamme,
  - ✦ communiquer davantage,
  - ✦ faire de la prospection active, car le bouche-à-oreille ne suffit/suffira plus.
- ✦ Le service client devient un levier de fidélisation et un élément de différenciation.

## Ce que la profession attend : encadrement du marché, union, reconnaissance

- ✦ Les laboratoires demandent surtout un encadrement du marché, notamment face aux importations, aux tarifs, et au système de remboursement.
- ✦ Ils regrettent :
  - ✦ un manque de reconnaissance,
  - ✦ une mauvaise visibilité auprès du grand public,
  - ✦ un manque d'unité au sein de la profession.
  - ✦ de ne pas être pleinement intégrés au parcours de soins.
- ✦ Les relations parfois tendues avec les dentistes accentuées par la concurrence et la facturation indirecte renforcent le sentiment d'injustice.
- ✦ Le niveau de formation, jugé insuffisant, est une préoccupation centrale.

# En synthèse (2)

## Les priorités politiques : lutter contre la concurrence

- La question ouverte la plus répondue
- Lutter contre les importations, perçues comme la menace n°1.  
Les propositions tournent autour de :
  - Taxation / déremboursement / interdiction des prothèses importées.
  - Tarif plancher pour éviter le dumping.
  - Promotion du made in France et du modèle artisanal.
  - Transparence / traçabilité pour sanctionner la sous-traitance étrangère.
  - Soutien sur la maîtrise des coûts et des charges.
- L'intégration à un cabinet et le RAC 0 sont très majoritairement mal perçus

## Un parcours dont les laboratoires sont fiers... avec quelques regrets

- 42% des laboratoires ne changeraient rien à leur parcours.
- Mais 1 sur 5 aurait fait des choix stratégiques différents (indépendance, timing des investissements...).
- D'autres auraient changé de voie (médecine), regrettent un virage numérique trop tardif, ou un manque de formation continue.
- Certains évoquent un déséquilibre vie pro/vie perso, écho du climat de fatigue générale.

# Mobilisation et collectif

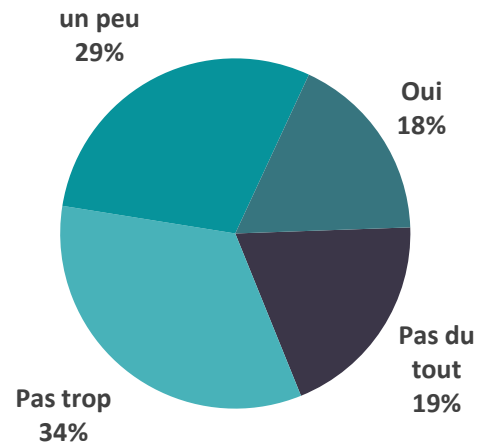
# Un sentiment minoritaire d'appartenance à une communauté professionnelle

Q32. Vous sentez-vous appartenir à une communauté professionnelle ?

Base totale : 211

**37%** se disent **engagés**

Appartenance communauté

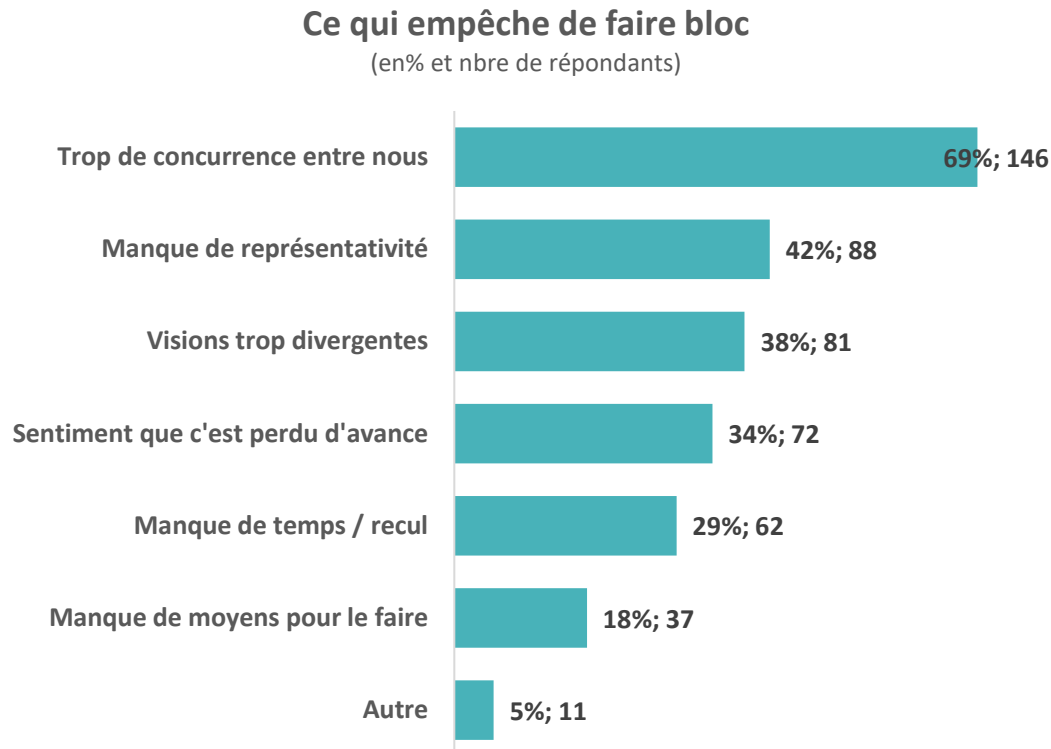


➤ Un engagement un peu plus important chez les entreprises de plus de 10 salariés : 22% de ceux qui disent clairement avoir un engagement (réponse « oui ») sont des laboratoires de plus de 10 personnes, alors qu'ils représentent 15% des répondants.

# La concurrence entre laboratoires, le frein majeur à la cohésion

**Q33. Ce qui empêche la profession de faire bloc (3 choix max)**

Base totale : 211

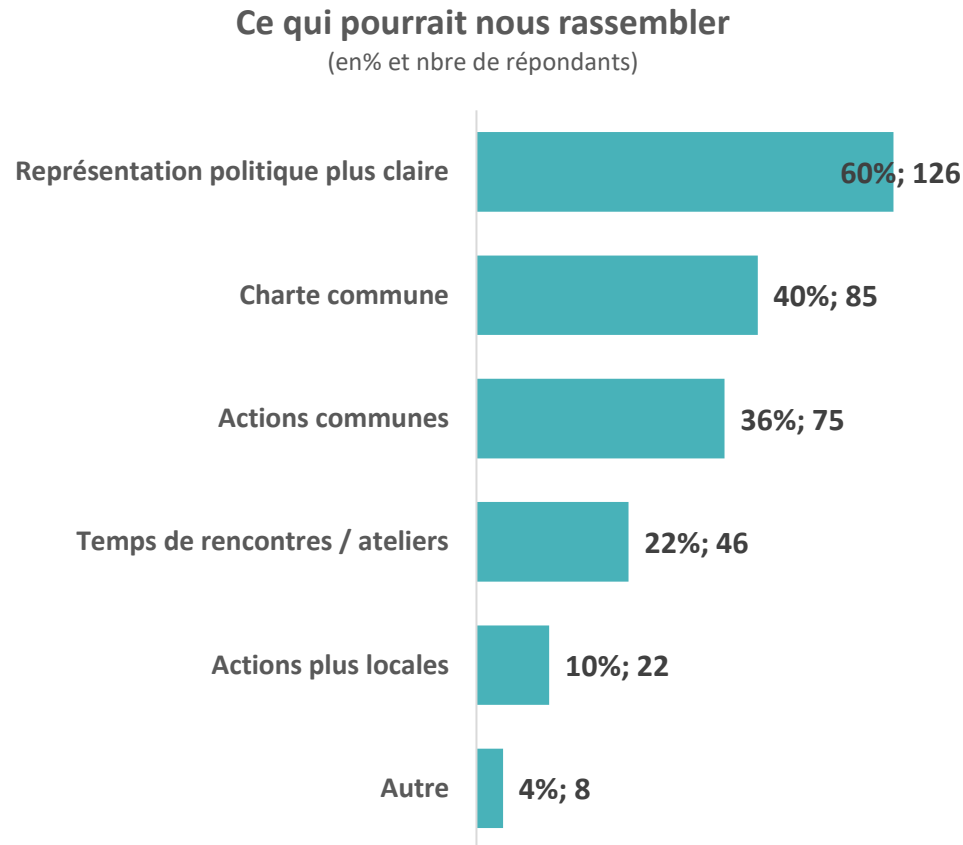


- La concurrence entre laboratoires — vécue comme parfois déloyale, notamment via certaines pratiques de sous-traitance, est évoquée par 7 laboratoires sur 10.
- S'ajoute à cela la perception d'un manque de représentativité.
- Dans un secteur où les petits laboratoires sont majoritaires, les structures de plus grande taille expriment des visions souvent divergentes, ce qui complique l'émergence d'une position commune.
- Le même constat vaut pour les laboratoires créés avant 2000, qui se distinguent par des approches et des intérêts parfois différents.
- Faire bloc semble relever d'une tâche ardue, à en croire le relatif pessimisme ambiant : 1/3 des laboratoires a le sentiment que c'est perdu d'avance.

# Une représentation politique claire pour favoriser le collectif

## Q34. Ce qui pourrait nous rassembler davantage (2 max)

Base totale : 211

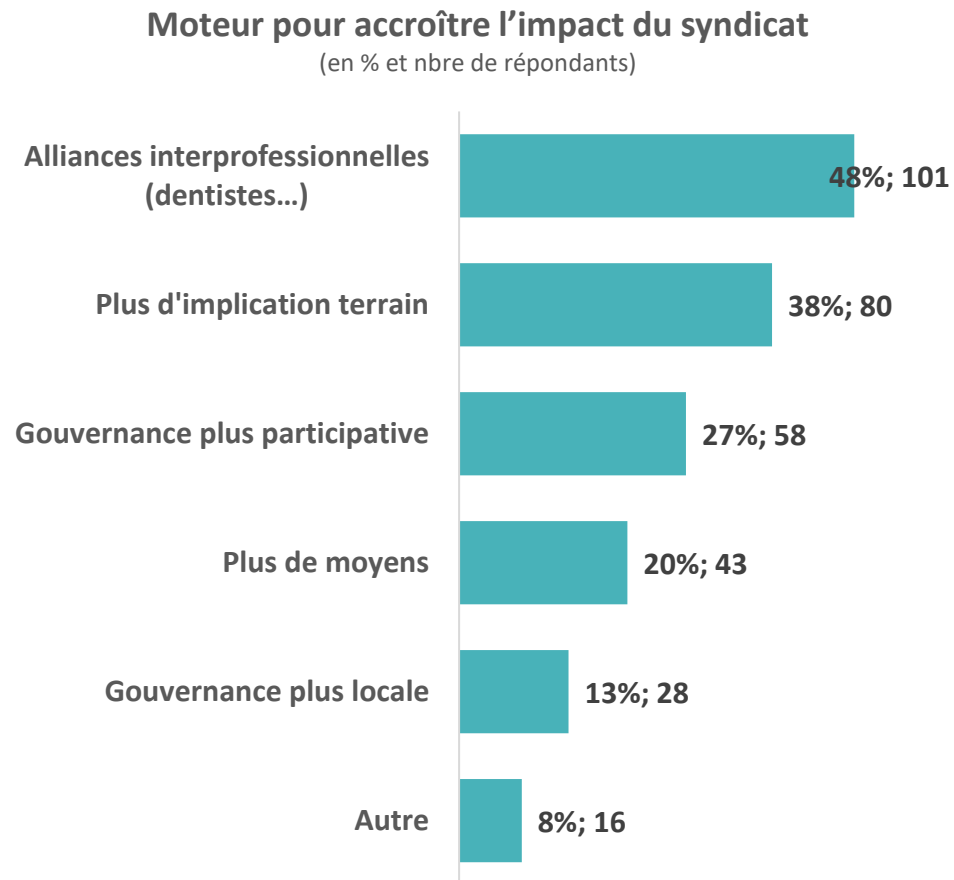


- Dans un contexte de concurrence internationale intense, les acteurs expriment le besoin d'une instance de défense de la profession disposant d'une véritable légitimité politique.
- Une telle structure pourrait impulser des actions communes, s'incarner dans une charte partagée et favoriser une dynamique collective.

# L'alliance interprofessionnelle pour plus d'impact

**Q35. Qu'est-ce qui pourrait donner plus d'impact au syndicat ? (2 choix max)**

Base totale : 211

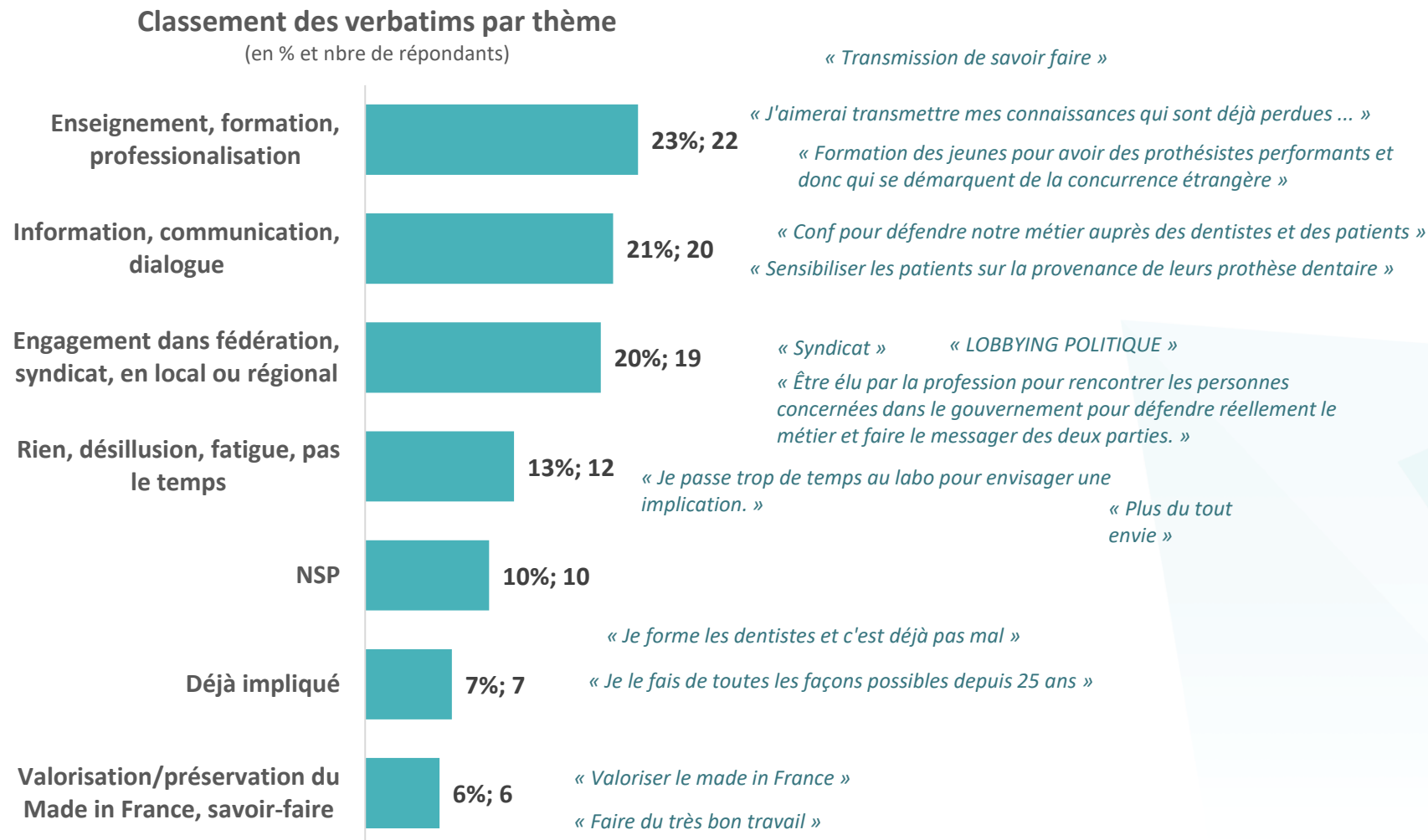


- ✦ La relation entre laboratoires et dentistes reste marquée par une coopération essentielle mais parfois tendue.
- ✦ Dans ce contexte, il semble qu'une alliance interprofessionnelle constituerait selon toute probabilité le moyen d'institutionnaliser ces relations, de les ancrer dans un cadre structuré et reconnu, d'avoir plus de poids dans les négociations.
- ✦ L'émergence du chairside, bien qu'encore marginal et parfois contesté, agit comme un signal faible de rapprochement.
- ✦ Autre élément moteur : plus d'implication sur le terrain. C'est en étant au contact de toutes les parties prenantes que le syndicat aura plus d'impact. Cela traduit également le souhait de la part des laboratoires d'être plus visibles et valorisés.
- ✦ Enfin, une gouvernance plus participative où chacun pourrait s'exprimer est une autre clé d'impact.

# Une implication concrète par le partage des connaissances et la communication

**Q42. Si vous deviez vous impliquer pour la profession à votre niveau, ce serait comment ?**

Question ouverte – Base : 95



✦ Pour un répondant sur cinq, l'implication passerait avant tout par l'enseignement et la formation, perçus comme le meilleur levier pour valoriser et transmettre le savoir-faire face à un niveau jugé insuffisant.

✦ Beaucoup évoquent également la nécessité de mieux faire connaître la profession, à travers davantage de communication et de pédagogie auprès des patients comme des dentistes.

✦ Cette volonté d'action s'exprime davantage dans des initiatives concrètes que dans une implication syndicale, souvent associée à une forme de désillusion ou de lassitude.

✦ À noter que cette question ouverte est celle qui a suscité le moins de réponses, signe d'un rapport distancié à l'engagement collectif.

✦ En filigrane, demeure un attachement fort à la qualité du travail et au maintien du savoir-faire professionnel.

# En synthèse

## Un sentiment minoritaire d'appartenance à une communauté professionnelle avec 37% d'engagés

- ✦ Un peu plus important dans les structures de plus de 10 salariés

## La concurrence entre laboratoires, le frein majeur à la cohésion

- ✦ La concurrence entre laboratoires — vécue parfois comme déloyale, notamment via certaines pratiques de sous-traitance, est évoquée par 7 laboratoires sur 10.
- ✦ À cela s'ajoutent un manque de représentativité et une forte hétérogénéité du paysage
  - ✦ Dans un secteur où les petits laboratoires sont majoritaires, les structures de plus grande taille expriment des visions souvent divergentes, ce qui complique l'émergence d'une position commune.
  - ✦ Le même constat vaut pour les laboratoires créés avant 2000, qui se distinguent par des approches et des intérêts parfois différents.
- ✦ Faire bloc semble relever d'une tâche ardue, à en croire un relatif pessimisme ambiant : 1/3 des laboratoires a le sentiment que c'est perdu d'avance

## Le besoin d'une représentation politique forte

- ✦ Face à la concurrence internationale et à la pression des importations, la profession exprime un besoin clair (60%):
  - ✦ une instance politique légitime, capable de défendre la profession,
  - ✦ de porter une charte commune,
  - ✦ et d'initier une dynamique collective forte.

## L'alliance interprofessionnelle pour accroître l'impact du syndicat

- ✦ La relation entre laboratoires et dentistes reste marquée par une coopération essentielle mais parfois tendue.
- ✦ D'où une aspiration forte pour un laboratoire sur 2: une alliance interprofessionnelle, qui selon toute probabilité permettrait d'institutionnaliser ces relations, de les ancrer dans un cadre structuré et reconnu, d'avoir plus de poids dans les négociations.
- ✦ L'émergence du modèle d'intégration à un cabinet dentaire, bien qu'encore marginal et parfois contesté, agit comme un signal faible de rapprochement.
- ✦ Autre élément moteur : plus d'implication sur le terrain, plus de contacts avec les parties prenantes, pour plus de visibilité de valorisation.
- ✦ Enfin, une gouvernance plus participative où chacun pourrait s'exprimer.

## Une implication tournée vers le concret, par le partage des connaissances et la communication

- ✦ Pour un répondant sur cinq, l'implication passerait avant tout par l'enseignement et la formation, perçus comme le meilleur levier pour valoriser et transmettre le savoir-faire face à un niveau jugé insuffisant.
- ✦ Beaucoup évoquent également la nécessité de mieux faire connaître la profession, à travers davantage de communication et de pédagogie auprès des patients comme des dentistes.
- ✦ Cette volonté d'action s'exprime davantage dans des initiatives concrètes que dans une implication syndicale, souvent associée à une forme de désillusion ou de lassitude.
- ✦ À noter que la question sur l'engagement collectif est celle qui a suscité le moins de réponses, signe d'un rapport distancié au syndicalisme.
- ✦ Mais en filigrane, demeure un attachement fort à la qualité du travail et au maintien du savoir-faire professionnel.

Pour terminer...

# Des mots plus que gentils pour les confrères

**Q44. Un mot gentil pour vos confrères ?**

Question ouverte – Base :

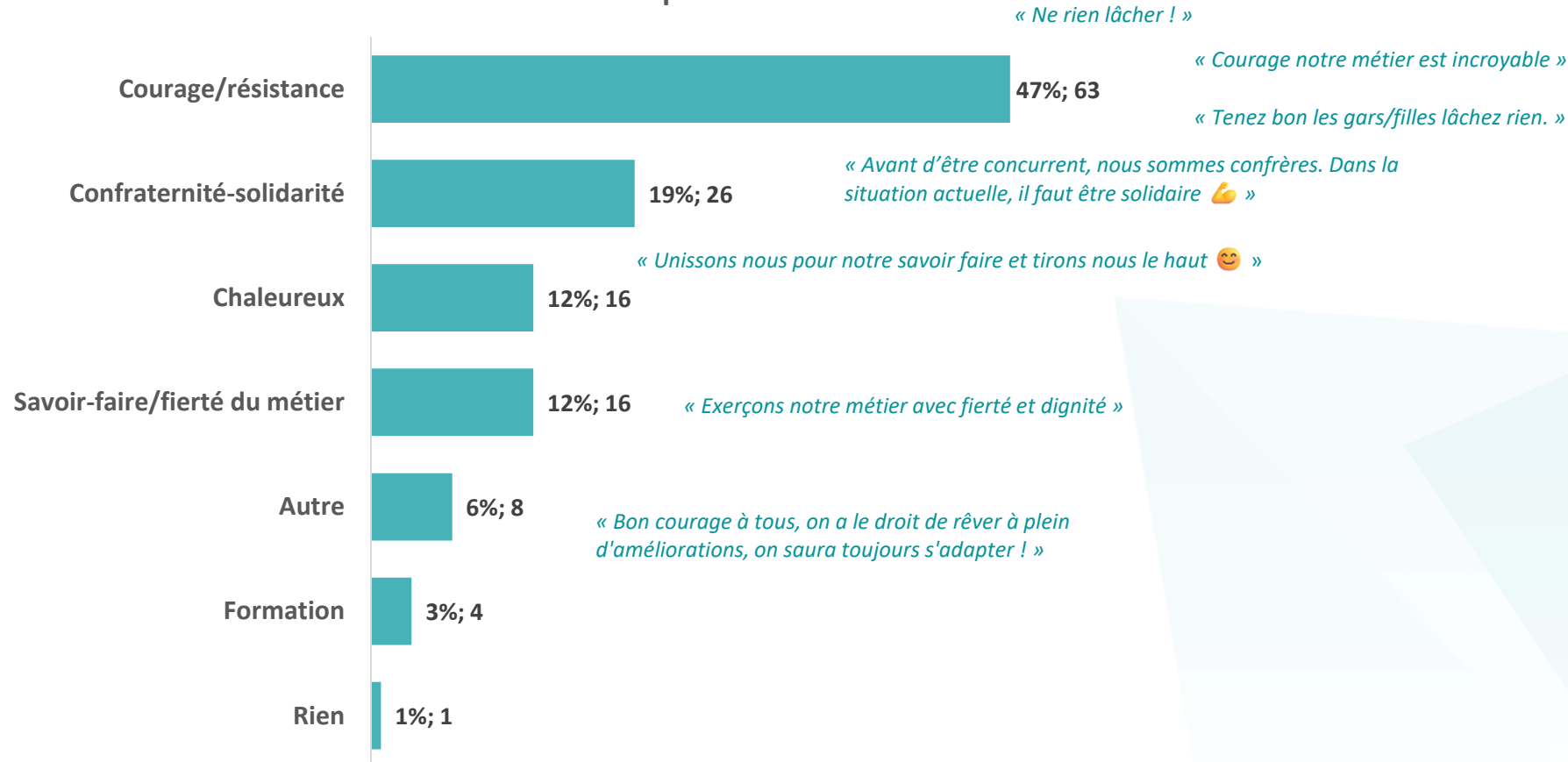


# Tenir bon, être solidaire et fier de son métier

## Q44. Un mot gentil pour vos confrères ?

Question ouverte – Base : 134

### Classement des verbatims par thème



- Le courage est le terme qui revient le plus souvent.
- Il traduit à la fois la fierté d'exercer ce métier, l'attachement au savoir-faire et la capacité à faire face aux difficultés et aux incertitudes du contexte actuel.
- Derrière une profession parfois divisée, certains expriment la conviction que la cohésion et la confraternité restent des leviers essentiels pour résister aux évolutions les plus déstabilisantes.
- L'attachement au métier, au savoir-faire artisanal et au "made in France" demeure un repère solide pour l'ensemble de la profession.



3D Dental  
Store

# En synthèse

# En synthèse : la profession à un tournant

## Une santé apparente mais fragile

- ✦ Les laboratoires affichent une activité globalement soutenue, des relations clients plutôt fluides et un attachement très fort au savoir-faire made in France, véritable socle identitaire.
- ✦ Mais cet équilibre masque une réalité plus contrastée : une part importante des structures n'est qu'à l'équilibre, la pression sur les prix s'intensifie et les écarts de rentabilité se creusent.
- ✦ La stabilité affichée est réelle... mais fragile.

## Le numérique bouleverse l'équation

- ✦ La transformation numérique rebat les cartes :
  - ✦ arrivée de nouvelles concurrences, notamment étrangères,
  - ✦ standardisation et pression sur les délais, nivellement par le bas des prix — et parfois de la qualité.
- ✦ Cette mutation accentue aussi la concurrence entre laboratoires français, certains recourant au low cost ou à la sous-traitance.
- ✦ La formation des jeunes, jugée insuffisante, accélère la perte de savoir-faire traditionnel.

## Des inquiétudes fortes pour l'avenir

- ✦ Les signaux sont clairs :
  - ✦ 2 laboratoires sur 3 sont inquiets pour l'avenir,
  - ✦ 7 sur 10 pensent que moins de la moitié des laboratoires survivront,
  - ✦ le marché se concentre et se financiarise,
  - ✦ les investissements numériques fragilisent les plus petites structures,
  - ✦ la volatilité des clients augmente.
- ✦ La profession se fragmente entre modèles industriels, artisans traditionnels et acteurs hybrides, révélant une filière en recomposition.

## Des leviers de résilience/résistance/croissance identifiés

- ✦ Les pistes d'avenir convergent :
  - ✦ valorisation du savoir-faire et montée en gamme,
  - ✦ proximité client et qualité personnalisée,
  - ✦ visibilité accrue auprès des patients,
  - ✦ renforcement de la formation et attraction des jeunes,
  - ✦ renforcement des démarches qualité et la traçabilité du made in France.
- ✦ Sur le plan collectif, les attentes sont fortes :
  - ✦ régulation du marché,
  - ✦ transparence et lutte contre la concurrence déloyale,
  - ✦ reconnaissance dans le parcours de soins
  - ✦ et une représentation politique unifiée pour peser dans un secteur fragmenté.

## Une prise de conscience tardive mais réelle

Beaucoup regrettent de ne pas avoir mieux défendu la profession face à une transition numérique rapide et souvent subie. L'unité reste fragile, mais l'attachement au savoir-faire et au métier demeure un ressort puissant.

# Focus sur les pratiques des laboratoires intégrés à un cabinet

# Des comportements et des perceptions pas si différents

- ✦ A part sur quelques points comme la concurrence (absente), les pratiques et les opinions diffèrent peu

## ✦ Les répondants

- ✦ 5 au total
- ✦ 3 créés après 2020
- ✦ 3 sont des structures de 0-2 salariés et 2 de 3-5 salariés
- ✦ Dans les répondants : 3 gérants, 2 salariés

## ✦ Identité professionnelle

- ✦ 1 seul se définit comme polyvalent
- ✦ La plus grande fierté : le savoir-faire
- ✦ Créer de la valeur pour les patients, première motivation
- ✦ 2 laboratoires sur 5 se définissent comme prothésiste avant tout

## ✦ Spécialisations, technologies et équipements

- ✦ Technique et technologie
- ✦ Les 5 ont une spécialisation conjointe, dont deux en spécialisation
- ✦ 4 ont une production numérique supérieure à 75%
- ✦ Le traditionnel est utilisé par un seul d'entre eux
- ✦ Pour 3 d'entre eux la production RAC 0 est inférieure à 25%

## ✦ Relations clients

- ✦ Relations plutôt fluides sauf pour un
- ✦ Incompréhensions sur la qualité, les tarifs et la technique
- ✦ Pas de mise en concurrence
- ✦ Relation meilleure quand les échanges techniques sont nourris

## ✦ Santé économique

- ✦ 2/5 sont en tension et à peine à l'équilibre
- ✦ Ceux qui incluent l'implantologie sont en tension
- ✦ Pas de vente ou de fermeture prévue
- ✦ Ils sont unanimes pour dire que leur atout c'est leur savoir-faire
- ✦ Difficultés : organisation interne n°1, charges fixes et recrutement

## ✦ Evolutions

- ✦ 3 sont inquiets pour l'avenir et sont pessimistes
- ✦ Les importations sont la principale menace

## ✦ Perspectives

- ✦ La spécialisation comme issue
- ✦ Le haut de gamme est leur priorité de développement
- ✦ 1 seul est engagé dans une démarche qualité

## ✦ Mobilisation et collectif

- ✦ Au niveau du collectif : les actions communes et les temps de rencontres
- ✦ La concurrence entre labos vécue comme le frein majeur au collectif
- ✦ 2 se sentent appartenir à une communauté
- ✦ L'implication terrain, pour donner plus d'impact

# Focus sur les laboratoires les plus anciens et les plus récents

# Analyse des comportements des laboratoires les plus anciens et les plus récents (1)\*

## Laboratoires de plus de 25 ans

### Qui sont les répondants ?

- Souvent implantés en Île-de-France (1/5).
- Structures plus importantes : **28% >10 salariés**, 22% entre 0 et 2 salariés.

### Identité professionnelle

- Se définissent avant tout comme **prothésistes**, puis comme artisan.
- Polyvalence moins dominante (32%) : rôle plus **technique/production à 52%**

### Spécialisations, technologies et équipements

- Modèle le plus répandu : **conjointe + adjointe + implantologie**.
- Plus grand nombre de laboratoires multispécialisés
- Forte digitalisation : **66% ont >50% de production numérique**.
- Niveau technologique plus élevé : **43% niveau 4–5**.
- **Usinage sec** dans 75% des laboratoires.
- Plus de spécialités et de techniques maîtrisées.

### Relations clients

- Relations globalement fluides mais :
  - **62% incompréhensions sur les tarifs**,
  - perte de clients plus élevée : **42%**.
- Relation améliorée par les échanges techniques.

### Santé économique

- Rentabilité forte : **71% positives**.
- Plus souvent approchés par des investisseurs.
- **22% envisagent de vendre**.
- Difficultés : organisation interne, charges fixes, recrutement.
- Fiertés principales : **savoir-faire** et **fidélité clients**.
- Motivation : **créer**, motivation n°2, créer de la valeur pour les patients (n°5, n°2 en moyenne).

## Laboratoires de moins de 5 ans

### Qui sont les répondants ?

- Davantage implantés en **Bretagne**.
- Micro-structures : **78% ont 0–2 salariés**, aucun >10.

### Identité professionnelle

- Identité plus **entrepreneuriale** : “prothésiste → entrepreneur”.
- Plus polyvalents : **56%**

### Spécialisations, technologies et équipements

- Modèle dominant : **conjointe seule**.
- Moins multispécialisés que les anciens.
- Numérique >50% : **47%** (beaucoup moins que les anciens).
- Niveau technologique plus bas : **27% niveau 4–5**.
- Moins de techniques avancées et moins d'équipement lourd.
- Spécialisation conjointe plus fréquente, traditionnelle plus présent.

### Relations clients

- Relations globalement fluides.
- Moins d'incompréhensions sur les prix (41%) mais davantage sur la **qualité attendue (1 laboratoire sur 5)**.
- Perte de clients beaucoup plus faible : **9%**.
- Plus attachés à être **intégrés dans le plan de traitement**.

### Santé économique

- Rentabilité positive : **44%** (vs 71% chez les anciens).
- Aucune intention de vendre probablement.
- Très peu approchés par des investisseurs (<10%).
- Fiertés : **savoir-faire, fidélité clients**, mais moins de fierté liée à la « résilience » (moins d'historique).
- Motivation n°3 : **autonomie**. (n°8 en moyenne)

\* Seuls les résultats les plus différenciants ont été retenus, pour les questions ouvertes : nombre de réponses restreint ne permettant pas de dégager des caractéristiques de manière robuste

# Analyse des comportements des laboratoires les plus anciens et les plus récents (1)\*

## Laboratoires de plus de 25 ans

### Évolutions

- La perception métier n'a pas changé pour 14% des laboratoires
  - Les **moins négatifs** du secteur (57% vision négative).
- Transformation perçue autour de : technologie, savoir-faire, concurrence étrangère
- Plus **inquiets/pessimistes** pour l'avenir : **69%**
- Plus attachés à la **reconnaissance du savoir-faire**.
- Menace n°1 : **importations**.

### Perspectives

- La créativité artisanale, dernier atout à valoriser (n°3 en moyenne)
- Plus engagés dans les démarches qualité : 45%.
- Haut de gamme moins prioritaire, en 4e position.**
- Priorités : **communication & prospection**, investissements techno, service client.
- Ce qu'ils changeraient : **lutter contre la concurrence**.

### Mobilisation et collectif

- Frein au collectif : visions trop divergentes plus marquées (en n°2)
- Plus d'implication syndicale et de dialogue

## Laboratoires de moins de 5 ans

### Évolutions

- Perception métier a évolué pour 94% des laboratoires
  - Les **plus négatifs** : 87% vision négative.
- Paradoxalement, moins inquiets/pessimistes sur l'avenir : 1 laboratoire sur 2
- Transformation perçue autour de : technologie, prix/rentabilité, perte de savoir-faire.
- Menace n°3 : **rachat par des groupes financiers**. (n°4 en moyenne)

### Perspectives

- Moins engagés dans les démarches qualité : **24%**.
- Priorité n°1 : **haut de gamme (50%, 35% en moyenne)**.
- Conditions de réussite : **travailler en réseau plus important (n°3)**
- Souhaitent des laboratoires à **taille humaine**, ancrés localement.
- Peu intéressés par la spécialisation.
- Développer la **visibilité** et la **valorisation du métier**.
- Ce qu'ils changeraient : valorisation / connaissance/visibilité

### Mobilisation et collectif

- Concurrence vécue comme un frein majeur au collectif et plus de pessimisme avec un sentiment que « c'est perdu d'avance » en n°2.
- Importance de l'enseignement et de la transmission.