

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

ENQUETE SUR LE MARCHÉ DENTAIRE EN FRANCE 2007

Les dentistes, internautes assidus et acheteurs en ligne potentiels

Paris – le 2 mai 2007 – BNP Paribas Lease Group en France (BPLG France), spécialiste et numéro un du financement des équipements des entreprises par crédit-bail ou location financière, annonce la publication de son enquête auprès des chirurgiens-dentistes français (panel représentatif).

Alors que les installations informatiques et l'achat de logiciels représentent un investissement de plus en plus important pour les dentistes, Internet a pris une nouvelle place dans leur mode d'approvisionnement en matériel et en consommables.

Si une large majorité de dentistes l'utilise déjà pour l'achat de consommables et de produits de soins, Internet est aussi une source d'information pour les investissements plus lourds.

L'informatique, 2^{ème} priorité d'investissement pour les dentistes

L'informatique et le petit matériel constituent l'essentiel des investissements

En 2007, 30% des dentistes ont prévu d'investir dans le matériel informatique — unités centrales, logiciels et périphériques — ainsi qu'en équipements de VGN (visiographie numérique). De même, 45% d'entre eux investiront dans du petit matériel (turbine, contre-angle, détartreur, ou bac à ultrasons). Quant au gros matériel — dont la durée de vie moyenne est de 9 ans —, seuls deux praticiens sur dix (19 %) indiquent vouloir le renouveler cette année.

Pour 48% des dentistes interrogés, la mise à niveau technologique est la principale raison du renouvellement de leur matériel, ex aequo avec l'ancienneté (47%) – et donc l'usure. En tout état de cause, deux tiers de la profession prévoient d'investir dans l'un des trois items précités en 2007.

Des consommateurs d'Internet actifs

Lorsqu'un dentiste est connecté à Internet, il l'utilise fréquemment. En moyenne, un dentiste sur deux (54%) surfe sur Internet **plus** d'une fois par jour et au total, **81% se connectent une fois par jour**. Si la consultation de la messagerie est la première fonctionnalité utilisée (91%), ils sont presque aussi nombreux (86%) à déclarer rechercher des informations personnelles sur Internet. Vient ensuite la consultation des comptes bancaires annoncée par 69% des internautes.

L'usage d'Internet privilégie d'abord le privé

Actuellement, 92% des dentistes utilisent Internet, cette part est identique à celle des PME françaises (enquête PME-PMI 2006-2007 réalisée par BPLG en novembre 2006) et souligne leur intérêt pour ce mode de communication.

72% des dentistes connectés utilisent le web à leur domicile et à leur cabinet ; ils ne sont que 6% à posséder une connexion seulement à leur cabinet. Par ailleurs, ils ont privilégié l'installation d'une solution à haut débit à leur domicile pour 93% contre seulement 59% pour leur cabinet.



Des acheteurs en ligne sélectifs, mais ouverts

Des achats professionnels axés sur les consommables

83% des dentistes connectés ont déjà effectué un achat sur internet. Ces achats se composent à 41% de produit à usage strictement personnel et à 50% de produit à usage mixte, comme les appareils photo. Les produits achetés en ligne à but professionnel ne représentent que 5% des achats. L'achat d'un produit de grande consommation semble être un passage obligé pour tester la qualité et la fiabilité de la VPC par internet.

Les distributeurs professionnels peuvent se réjouir : près d'un dentiste sur deux consulte au moins une fois par semaine les pages de leur site marchand et 58% des consultations se transforment en achat. L'essentiel des ventes se concentre sur les consommables (gobelets, gants stériles, embouts jetables, amalgame ou eugénate) et le petit matériel (sondes, davières, précelles).

Près de 78% des dentistes internautes ont déjà effectué ou seraient prêts à effectuer un achat de consommables dentaires sur Internet. Cette proportion passe à 45% pour le petit matériel de type contre-angle ou turbine et à 4% pour le gros matériel (autoclave, fauteuil).

Les dentistes restent attachés à leur relation avec leurs fournisseurs

Internet, bien qu'utilisé comme source d'information sur les produits et le matériel, ne remplace pas encore la relation habituelle avec les fournisseurs. L'impossibilité de discuter des caractères techniques des matériels est l'un des principaux freins à l'achat : ils sont 54% à le déclarer pour le petit matériel et 66% pour le gros matériel.

De même, pouvoir regarder, essayer et tester les équipements reste très important. Une fiche d'informations techniques ne suffit pas.

Autre raison invoquée : l'impossibilité de négocier les prix, alors que moins d'un tiers des dentistes (30% pour le petit matériel et 27% pour les gros investissements) invoque une crainte sur la sécurité des paiements.

45% des dentistes interrogés ont déclaré qu'ils profiteraient d'un financement proposé sur Internet sans aucune réticence.

Reproduction presse autorisée sous réserve de la mention « Source BNP Paribas Lease Group »

A propos de BNP Paribas Lease Group

BPLG est la filiale de BNP Paribas spécialisée dans le financement des investissements des entreprises et des professionnels. Son métier est le financement des équipements professionnels, qu'ils soient vendus aux entreprises et professionnels par l'intermédiaire de ses partenaires, les constructeurs, importateurs, ou bien acquis directement par l'entreprise ou le professionnel. Sa vocation est donc d'offrir des solutions de financement personnalisées en crédit-bail, location financière et crédit, ainsi que les prestations liées à ces financements. Présent depuis plus de 50 ans dans ce métier, leader européen et numéro un français, BPLG offre aux constructeurs, importateurs ou distributeurs d'équipements, un service complet de financement des ventes, et bâtit avec eux des partenariats locaux, nationaux ou internationaux qui vont du simple accord de préconisation à la création de sociétés financières communes. BPLG assure également, au service du réseau bancaire BNP Paribas, la réalisation et la gestion des financements en crédit-bail mobilier et immobilier distribués par la banque à ses clients. BPLG exerce son activité dans 14 pays : Allemagne, Algérie, Autriche, Belgique, Espagne, France, Grèce, Hongrie, Italie, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Royaume-Uni et Ukraine. En France, BPLG dispose d'une soixantaine d'agences commerciales animées par des équipes d'experts.

Plus d'informations : www.bplg.com

CONTACT PRESSE

Claude Martin Franz +33 (0)1 41 97 20 02

Responsable Communication Externe

e-mail : claudemartinfranz@bnpparibas.com

BNP Paribas Lease Group / avril 2007

2/2

BNP PARIBAS LEASE GROUP

Le Métropole, 46-52, rue Arago 92823 Puteaux cedex

S.A. au capital de 285 079 248 EUR – 632 017 513 R.C.S Nanterre – NAF 651 C – FR 50 632 017 513

Tél +33 (0)1 41 97 20 00 – Fax +33 (0)1 41 97 18 29 – www.bplg.com