Endo Tribune
Implant Tribune

DENTAL TRIBUNE

The World's Dental Newspaper · Édition Française

OCTOBRE 2019 | VOL. 11, NO. 10

POUR LES DENTISTES PAR DES DENTISTES

www.dental-tribune.fr

PSYCHOLOGIE

Le marketing sensoriel est une manière d'engager, de solliciter les sens des patients, afin d'influencer leurs perceptions, jugements et comportements : audition, vue, goût, toucher et olfaction.

▸ Page 2

RECOL

Enfin RECOL débute sa première enquête ! Comme annoncée, elle porte sur la prise en charge des obturations coronaires défectueuses. Pour les curieux, les avertis, les militants ou les dilettantes, tous sont invités à les rencontrer.

▸ Page 3

PLANÈTE DENTAIRE

La formation post-universitaire en phytothérapie et aromathérapie en odonto-stomatologie, dont la responsable est le Dr Florine Boukhobza, accompagnée d'un corps enseignant professoral, débutera le jeudi 30 janvier 2020.

▸ Page 6

DENTAL TRIBUNE P 1 À P 8
Édito P 1
Psychologie P 2 | 3
Trucs et Astuces de l'académie du sourire P 4
Planète dentaire P 6

ENDO TRIBUNE P 9 À P 16
Cas clinique des Drs Bertani et Generali P 9 | 10 | 12 | 13 | 14

IMPLANT TRIBUNE P 17 À P 24
Cas clinique des Drs Papadimitriou, Almagout, Merholz et Helka P 17 | 18 | 19 | 20 | 22

AD

DT STUDY CLUB
COURSES | DISCUSSIONS | BLOGS | MENTORING
The largest educational network in dentistry!
www.DTStudyClub.com

DENTAL TRIBUNE
The World's Dental Newspaper · Édition Française

DENTAL TRIBUNE ÉDITION FRANÇAISE
Les articles provenant de Dental Tribune International, Allemagne, repris dans ce numéro sont protégés par les droits d'auteur de Dental Tribune International Gmbh. Tous droits de reproduction réservés. La reproduction et la publication, dans quelle langue que ce soit et de quelque manière que ce soit, en tout ou en partie, est strictement interdite sans l'accord écrit de Dental Tribune International GmbH, Holbeinstr 29, 04229 Leipzig, Allemagne. Dental Tribune est une marque commerciale de Dental Tribune International GmbH. Dental Tribune édition française est une publication de MMG SAS société de presse au capital de 10.000 Euros.

DIRECTION :
Dental Tribune International
6 rue du Château
54160 AUTREY SUR MADON
DIRECTEUR DE PUBLICATION :
Torsten OEMUS
RÉDACTEUR EN CHEF :
Laurence BURY
l.bury@dental-tribune.com
CO-RÉDACTEUR :
Marc ROSEMONT
m.rosemont@dental-tribune.com
ASSISTANTE RÉDACTIONNELLE :
Nathalie SCHÜLLER
RÉDACTEUR SCIENTIFIQUE :
Dr Thierry LACHKAR
JOURNALISTES SCIENTIFIQUES :
Dr Norbert BELLAÏCHE
Dr David BLANC
Dr Florine BOUKHOBZA
Dr Jacques VERMEULEN
SERVICES ADMINISTRATIFS :
Bénédicte CLAUDEPIERRE
PUBLICITÉ:
Laurence HOFMANN
l.hofmann@dental-tribune.com
MAQUETTE :
Matthias ABICHT
m.abicht@dental-tribune.com
DEMANDE D'ABONNEMENT ET SERVICE DES LECTEURS :
Dental Tribune International
6 rue du Château
54160 AUTREY SUR MADON
abonnement@dental-tribune.com
IMPRIMERIE :
Dierichs Druck+Media GmbH
Frankfurter Str. 168,34121 Kassel – Allemagne
DÉPOT LÉGAL : JUILLET 2011
ISSN : 2105-1364

ÉDITO

Marc Rosemont
m.rosemont@dental-tribune.com

Un domaine semble toujours résister aux notations formalisées et standardisées : les professions médicales. Les commentaires ou les critiques sont certes incontournables sur le web via Google, Yelp et d'autres encore. Car que l'on ne s'y trompe pas, tout est déjà noté et le sera encore plus. La société recherche des indicateurs de toute activité, elle est avide de notation.

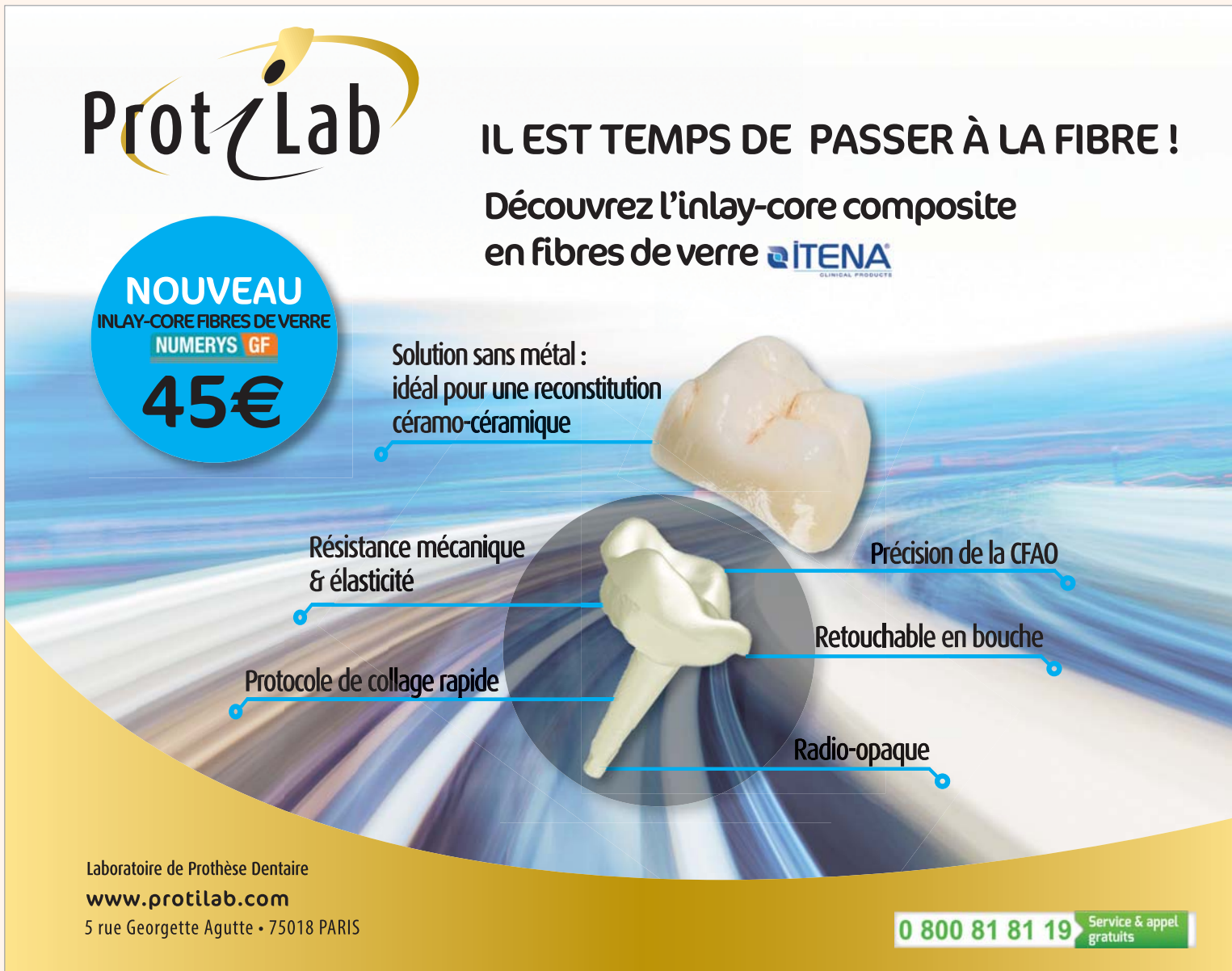
Mais qu'est-ce qui est recherché et comment est-ce vraiment utilisé ? Nous sommes face à une société de data et de marketing. Aussi, les patients ont de plus en plus pris l'habitude de cette sollicitation. On leur demande de rendre un jugement inaltérable, donner une appréciation comme un couperet, et même si cela reste timide, nombre de ces utilisateurs recherchent ces informations avant de solliciter un praticien.

On peut être contre mais aucun praticien ne doit ignorer qu'il est noté. C'en est tellement évident qu'on l'oublie mais les mutuelles, les assureurs, les banques font du rating. Mais là il n'y a pas de soucis car ce n'est pas suite à une confrontation sur un sujet médical mais sur des données objectives, économiques, froides et indépendantes de toute appréciation du professionnalisme. Ce qui est souvent négligé, ce sont les moteurs de recherches, les réseaux sociaux et consorts avec des outils d'analyse sémantique qui effectuent aussi ce genre de rating. Ils en font même leur fonds de commerce, afin de savoir combien de fois une personne est requêtée, citée, localisée, par qui, avec quelle proximité d'entourage, etc. L'étape naturelle sui suit et qui se profile, c'est la réunion des acteurs classiques de la notation avec ces acteurs du monde électronique. Et il ne s'agit pas de la série *Black Mirror* !

En France, on érige des contraintes légales avec la RGPD, et même si c'est un exemple vertueux, le modèle de notations sociales chinois montre que le système est technologiquement prêt à réunir un plus grand nombre d'acteurs.

Se posent donc diverses questions. Est-ce une problématique générationnelle, car le regard changera nécessairement pour des gens qui n'ont connu que l'univers virtuel depuis tout petits ? Est-ce une problématique culturelle, car chez nos voisins anglo-saxons, ces modèles existent déjà ? Va-t-on s'y opposer ou essayer d'améliorer sa notation, en étant conforme à un standard de l'approche du patient qui régulera la relation ? Plus encore que ne le fait la loi…

AD



Le marketing sensoriel, un outil pour améliorer l'expérience patient ?

Le marketing sensoriel peut aider les praticiens à mieux accueillir les patients

Le marketing sensoriel désigne un ensemble de pratiques visant à « utiliser les facteurs d'atmosphère du point de vente, afin de susciter chez le consommateur, des réactions affectives, cognitives et/ou comportementales favorables à l'acte d'achat ».

Cette pratique connaît un développement croissant, tous secteurs confondus : tourisme (hôtels, maisons d'hôtes), services (banques…), commerce de détail (les magasins de la chaîne « Nature & Découvertes » ou du parc d'attractions Disneyland misent particulièrement sur le marketing sensoriel).

Mais il est un autre secteur, moins évident de prime abord, où le marketing sensoriel pourrait aussi trouver son intérêt : les cabinets des praticiens.

Qu'est-ce que le marketing sensoriel ?

Le marketing sensoriel est une manière d'engager, de solliciter les sens des consommateurs afin d'influencer leurs perceptions, jugements et comportements : audition (diffusion de musique d'ambiance, signature sonore sur mesure), vue (design de l'espace physique, affichage dynamique, architecture de l'espace, couleur), goût, toucher et olfaction (diffusion de senteurs d'ambiance, signature olfactive…).

THE CONVERSATION

Dans les points de vente « classiques », l'objectif est de proposer aux consommateurs une ambiance multisensorielle, de renforcer leurs identités de marques, d'accroître leur avantage concurrentiel, d'améliorer leur relation avec la clientèle (fidélisation, satisfaction…) et d'augmenter leurs performances commerciales.

En janvier 2019, le cabinet Mood Media a conduit une étude dans le but d'étudier quels facteurs sensoriels influencent significativement les réactions du consommateur lors des expériences d'achats.

Ces travaux ont porté sur un échantillon de 10 000 consommateurs à l'échelle internationale. Ils ont révélé que 78 % des consommateurs déclarent qu'une ambiance agréable en magasin joue un rôle important dans leur décision de faire des achats en magasin plutôt qu'en ligne.

Le marketing sensoriel, comment ça marche ?

Les études scientifiques se sont intéressées aux mécanismes d'influence des stimuli sensoriels sur les réactions des individus, qu'ils soient patients ou consommateurs. À titre illustratif, les résultats montrent que le style de musique diffusée est positivement corrélé aux ventes et au temps de visite. Le volume de la musique adapté améliore les émotions et la satisfaction.

Nous savons également que la couleur du magasin engendre les achats d'impulsion et que la modernité de l'agencement du magasin favorise plus de plaisir et la fidélité envers la marque. De surcroît, certaines études révèlent le pouvoir des odeurs agréables à améliorer la mémorisation de noms de marques, le jugement de l'ambiance générale du magasin, l'envie de visiter à l'avenir le magasin, les dépenses et les émotions.

Si l'intérêt d'utiliser le marketing sensoriel à des fins managériales semble être établi, quid de ses implications dans le domaine de la santé ?

Quand les odeurs apaisent l'anxiété

Diverses études académiques menées dans des laboratoires ou des contextes médicaux réels se sont penchées sur les effets des stimuli sensoriels sur les réactions des patients durant l'expérience des soins. Une étude qualitative récente, conduite dans un service de pédiatrie, montre que le recours à une odeur d'ambiance permettrait aux enfants d'être plus positifs durant leur séjour à l'hôpital et d'améliorer le jugement de l'expérience de service de pédiatrie.

Une enquête réalisée par OpinionWay pour Doctolib montre notamment que les

AD

EssenSeal®

LE POUVOIR DE L'ARBRE À THÉ

Huile essentielle d'arbre à thé pour l'obturation tridimensionnelle avancée du canal radiculaire.

Trouvez plus d'informations sur
pd-dental.com

Produits Dentaires SA, Vevey, Switzerland

SMART PRODUCTS FOR ENDO LOVERS

EssenSeal®
COMPAGNONS

PD™ Pointes papier,
PD™ Gutta-percha,
2 % 4 % 6 %
Conventionnelle

Les pointes sont roulées uniformément avec une tolérance extrêmement stricte.

patients interrogés souhaitent qu'une musique d'ambiance, une odeur d'ambiance (bougies parfumées), et une lumière douce soient diffusées dans la salle d'attente et d'opération des cabinets dentaires, afin d'améliorer leurs réactions durant l'expérience des soins, en apaisant par exemple leur anxiété.

Une étude scientifique parue en 2000 avait également montré que les patientes d'un cabinet dentaire manifestaient moins d'anxiété, une humeur plus positive et plus de calme lorsqu'elles étaient exposées à une odeur ambiante d'orange. Dans la même veine, des résultats expérimentaux montrent que les senteurs ambiantes d'orange et de lavande réduisent l'état d'anxiété et améliorent l'humeur des patients qui patientent pour des soins dentaires.

Tous ces résultats attestent de l'influence des odeurs sur la régulation et l'amélioration des états émotionnels des individus. Mais l'odorat n'est pas le seul sens qui peut être stimulé. Ainsi, dans le registre sonore, une investigation récente vient de confirmer les effets bénéfiques à court terme de la musicothérapie chez des personnes dépressives.

Les praticiens auraient tout intérêt à tenir compte de ces recherches en marketing sensoriel pour améliorer l'accueil et l'expérience de leurs patients, qu'il s'agisse d'aménager leur salle d'attente ou de rendre plus agréable une hospitalisation.

Déclaration d'intérêts

Les auteurs ne travaillent pas, ne conseillent pas, ne possèdent pas de parts, ne reçoivent pas de fonds d'une organisation qui pourrait tirer profit de cet article, et n'ont déclaré aucune autre affiliation que leur poste universitaire.

Partenaires

PSB Paris School of Business et Union des Grandes Ecoles Indépendantes (UGEI) fournissent des financements en tant que membres adhérents de The Conversation FR.

Karim Errajaa

Docteur, professeur-chercheur, responsable du département Thesis and Project Capston, PSB Paris School of Business – UGEI

Chiraz Aouina-Mejri

Enseignant chercheur, PSB Paris School of Business – UGEI

Aller, on RECOL les morceaux !!!

Enfin RECOL débute sa première enquête ! Comme annoncée, elle porte sur la prise en charge des obturations coronaires défectueuses.

Cette enquête est en 2 parties : une liste de questions suivie de cas cliniques. N'hésitez pas à vous mettre en contact avec l'association, afin de contribuer à la recherche au plus proche du terrain tout en maintenant une pratique de haut niveau.

Le réseau a besoins de chercheurs/contributeurs afin qu'il puisse prendre son envol !

Et pour finir, le réseau présentera davantage son mode de fonctionnement au congrès de l'ADF 2019, en explicitant les différents moments importants de l'année écoulée et quels sont les projets en cours.

Pour les curieux, les avertis ou les militant ou les dilettantes, tous sont invités à faire plus ample connaissance et à partager les uns avec les autres nos retours, à l'occasion de cette grande messe internationale de la dentisterie.

L'engagement pour le projet ne requiert aucune participation financière et peut se faire à trois niveaux :

- 1er niveau, engagement informationnel : suivre l'actualité du réseau en recevant les newsletters et les courriels ;
- 2e niveau, engagement participatif : réception des newlestters et des courriels et participation aux études par questionnaires ;
- 3e niveau, engagement complet : réception des newsletters et des courriels, participation aux études par questionnaires et participation aux études cliniques en cabinets.

Pour s'investir au mieux et pouvoir mettre en place les études cliniques au sein de leur cabinet, les praticiens pourront participer à des réunions d'informations sur l'intérêt et le fonctionnement de la recherche clinique et suivre une formation validante aux bonnes pratiques cliniques pour la mise en place du protocole.

Et tout cela pour quel bénéfices ?

√ Participer activement à la recherche.
√ Faire évoluer, de façon scientifiquement validée, la qualité des soins apportés aux patients.
√ Trouver réponses à ses questions.
√ Découvrir une autre relation avec son patient.
√ Diversifier son activité de soin.
√ Tester de nouvelles techniques, de nouveaux matériaux.
√ Fédérer son équipe (assistantes, secrétaire) autour d'un projet commun.
√ Être membre d'un réseau confraternel et amical.
√ Rencontrer et échanger avec des consœurs et confrères.

AD

ACADEMIE du sourire

Maintien d'une facette pendant le collage (Part. 2 : Facettes palatines)

Fig. 1 : Une patiente de 56 ans se présente à la consultation avec un désir de rajeunissement de son sourire et d'amélioration de son confort masticatoire. L'étude occlusale basée sur l'équilibre neuro-musculaire nous permet une augmentation de DVO, ce qui n'est pas possible dans toutes les conditions anatomiques.

Fig. 2 : La mise en place des mock-ups et des dents temporaires de 2e génération permet de continuer la rééducation occlusale, amorcée par les gouttières neuro-musculaires. Une fois la stabilité occlusale acquise et l'esthétique validée les secteurs postérieurs définitifs sont réalisés.

Fig. 3 : Les facettes mandibulaires antérieures et les mock-ups maxillaires antérieurs sont en place. Le choix de facettes palatines est retenu pour préserver de manière optimale l'organe dentaire résiduel. La préparation des facettes palatines se fait sans préparations, méthode moins mutilante qu'une préparation pour couronne.

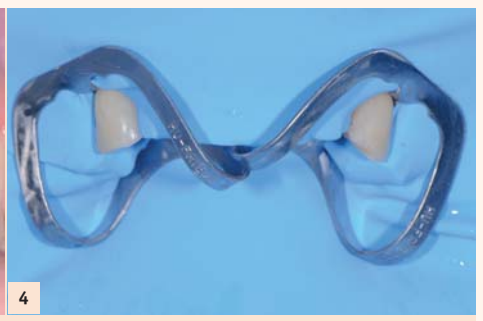


Fig. 4 : Un réessayage de la facette est conseillé, afin de s'assurer que la partie cingulaire de la face palatine est dégagée. Il est très important que le céramiste rajoute une griffe de préhension ou un appui incisal, afin de repositionner la dent correctement.

Fig. 5 : L'instrument Optrascult (Ivoclar-Vivadent), dont la pièce à usage unique est montée à l'envers, va permettre de plaquer la facette palatine et de la maintenir pendant la photopolymérisation. Un point d'appui est indispensable, car la souplesse de la partie au contact de la facette augmente le risque de dérapage intempestif .

Fig. 6 : L'image en gros plan montre l'excellente adaptation de la facette palatine à la dent résiduelle et le rattrapage de DVO sans mutilation inutile.

Fig. 7 : Il reste maintenant à préparer les facettes vestibulaires, mais le mock-up doit être refait, afin de préparer les dents à travers celui-ci. Cette méthode, décrite par Galip Gurel, permet de préparer a minima les surfaces dentaires et de conserver un collage amélaire, gage de la pérennité des restaurations en céramique collées.

Fig. 8 : La réhabilitation du sourire et de l'occlusion est terminée, il restera à contrôler et à parfaire l'occlusion et à laisser les tissus gingivaux reprendre complètement leur place d'ici quelques semaines. Réalisation céramique : laboratoire Fabio Levrato (Monaco)

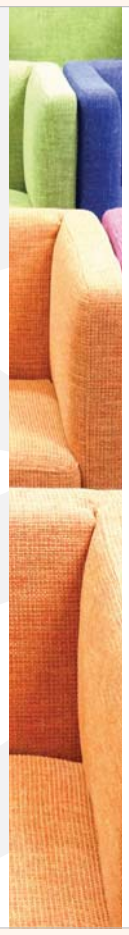
AD

Maîtriser l'esthétique du sourire

Cursus

_ Photographie numérique : cours et TP
_ Approche psychologique de l'esthétique
_ Perception du visage et du sourire
_ Eclaircissement : cours et **démonstration LIVE**
_ Micro-abrasion
_ Champs opératoires : cours et TP
_ Adhésion : cours et TP
_ La couleur : cours et TP
_ Le Guide Esthétique© : cours et TD
_ Reconstitutions corono-radiculaires : cours et TP
_ Bridges fibrés : cours
_ Composites postérieurs : cours et TP
_ Composites antérieurs : cours et TP
_ Edentement unitaire
_ Implantologie et esthétique dans le secteur antérieur
_ Le Schéma Esthétique© : cours et TD
_ Restaurations postérieures indirectes : cours et TP
_ Couronnes céramo-céramiques
_ CFAO ; Empreintes
_ Facettes : cours et TP

avec les Drs. André-Jean FAUCHER - Jean-Christophe PARIS - Stéphanie ORTET - Olivier ETIENNE - Grégory CAMALEONTE - Jacques DEJOU - Fabienne JORDAN - Jean RICHELME - Gauthier WEISROCK - Ali SALEHI



octobre - juillet 2020/2021

ACADEMIE du sourire

Académie du Sourire
9, avenue Malacrida - 13100 Aix en Provence
Contact : nathalie.negrello@academie-du-sourire.com II +(33)6 10 37 86 88 II www.academie-du-sourire.com

A-dec, une gamme haute en couleurs.

SASSY
Color by A-dec

PARROT
Color by A-dec

VIOLET
Color by A-dec

EBONY
Color by A-dec

SKY BLUE
Color by A-dec

FUCHSIA
Color by A-dec

a-dec®
reliablecreativesolutions™

“A-dec, l’essentiel et rien d’autre”

Venez découvrir la gamme A-dec chez votre concessionnaire,
sur le site www.a-dec.fr ou par téléphone au 0148133738

Formation post-universitaire en phytothérapie et aromathérapie en odonto-stomatologie – 2019–2020

Inscriptions ouvertes dès à présent – Début des cours le jeudi 30 janvier 2020

La 4e Promotion, intitulée « Albert-Claude Quemoun » de la formation post-universitaire en phytothérapie et aromathérapie en odonto-stomatologie va débuter le jeudi 30 janvier 2020. Chaque jeudi et vendredi de chaque mois, de janvier à juin, elle se déroulera à Paris.

Elle est destinée aux chirurgiens-dentistes, orthodontistes, assistantes dentaires et étudiants en chirurgie dentaire.

100 heures de formation annuelle dont 32 heures de formation clinique, travaux pratiques, mise en situation au cabinet dentaire, visite de laboratoires-préparatoires et de conservatoire botanique.

Cette formation permet d'apporter des connaissances en phytothérapie-aromathérapie moderne validée scientifiquement. Elle apporte également des connaissances qui serviront de prescriptions médicales pour le praticien au cabinet dentaire, avec aussi une utilisation au fauteuil dont en parodontologie, et en implantologie.

La prochaine formation post-universitaire en phytothérapie et aromathérapie en odonto-stomatologie, dont la responsable est le Dr Florine Boukhobza, accompagnée d'un corps enseignant professoral dévoué, débutera le jeudi 30 janvier 2020.

Parmi le corps enseignant, Pr Albert-Claude Quemoun, Pr Raphaël Serfaty, Drs Yves Cohen-Loro, Guillemine Dubois, Dominique Eraud, Didier Gauzeran, Paul Goetz, Bastien Loufrani, Jacques Pothier, Danielle Roux-Sitruk.

Pour toute information et inscription, contacter : academydessavoirs@gmail.com

Les inscrptions s'effectuent via le site www.academydessavoirs.com.

AD

Academy Des Savoirs ADS

Formation Post Universitaire de Phytothérapie et d'Aromathérapie en Odonto-Stomatologie

Formation d'Odontologie - Academy Des Savoirs – Année 2019-2020
Promotion Albert-Claude QUEMOUN

1 - Organisation

Responsable de l'enseignement :
Docteur Florine BOUKHOBZA (Fondatrice du DU de Phytothérapie et d''Aromathérapie en Odonto-Stomatologie Paris-7 en 2016-2017

Coordinateurs scientifiques :
Docteur Florine BOUKHOBZA, (Chargé d'enseignement, Paris 13, Faculté de Lorraine)
Docteur Albert Claude QUEMOUN, (Professeur émérite, Faculté de Pharmacie – Paris 5)
Docteur Paul GOETZ, (Chargé d'enseignement, Paris 13, Faculté de Lorraine)

Public :
Les titulaires d'un diplôme français de Docteur en chirurgie dentaire
Les praticiens étrangers d'un pays membre ou non de l'Union Européenne
Titulaires d'un diplôme leur permettant l'exercice de la Chirurgie Dentaire dans leur pays
Les étudiants inscrits en DES en Odontologie, Auditeurs libres en but Conseils phyto
Les assistant(e)s dentaires (**pour une Attestation en Conseils phytothérapie dentaire**)

Enseignement :
100 heures de formation annuelle dont 32 heures de formation clinique et en situation au cabinet dentaire

Responsable:
F. BOUKHOBZA

Enseignants :
M. BENOUAICHE
Y. COHEN LORO
G. DUBOIS
D. ERAUD
D. GAUZERAN
P. GOETZ
B. LOUFRANI
J. POTHIER
A-C. QUEMOUN
D. ROUX
R. SERFATY

2 - Programme

Séminaire 1 : J 30 et V 31 janvier 2020
Fondements phytothérapiques
Fondements aromathérapiques
Cas cliniques au Cabinet dentaire

Séminaire 2 : J 27 et V 28 février 2020
Familles de médicaments enfants – adultes
Précautions –Indications- Contre-indications
Enseignement clinique des prescriptions

Séminaire 3 : J 26 et V 27 mars 2020
Traitements antalgiques phyto-aromatiques
Anti-inflammatoires, Anti-infectieux, Anti-névralgiques
Interactions médicamenteuses –Urgences-

Séminaire 4 : J 23 et V 24 avril 2020
Thérapeutiques en Parodontologie : plantes et huiles essentielles – Cas cliniques –Remèdes selon le stade évolutif
Relations: Hypnose, Acupuncture et Phytothérapie-Aromathérapie

Séminaire 5 : J 14 et V 15 mai 2020
Traitements chirurgicaux, implantaires, extractions et phytothérapie
Traitements endodontiques et phytothérapie
Traitement prothétiques: astringents phytothérapiques - anti-nauséeux

Séminaire 6 : J 11 et V 12 juin 2020
Hygiène bucco-dentaire, Halitose, Prévention-Immunité-Drainage
Médecine orale: Aphtes, Herpès, Candidoses enfants-adultes

Journée botanique : Jeudi 14 mai 2020
Colloque 4ème Édition : Jeudi 11 juin 2020 Gratuit

Examen de fin d'année : Jeudi 25 juin 2020

Stages pratiques inclus: 6 stages d'une 1/2 journée

3 - Demande d'inscription

Adresser, **avant le 28 Janvier 2020**, Lettre de motivation, Fiche d'inscription remplie signée et une Copie du diplôme de Docteur en chirurgie dentaire à :

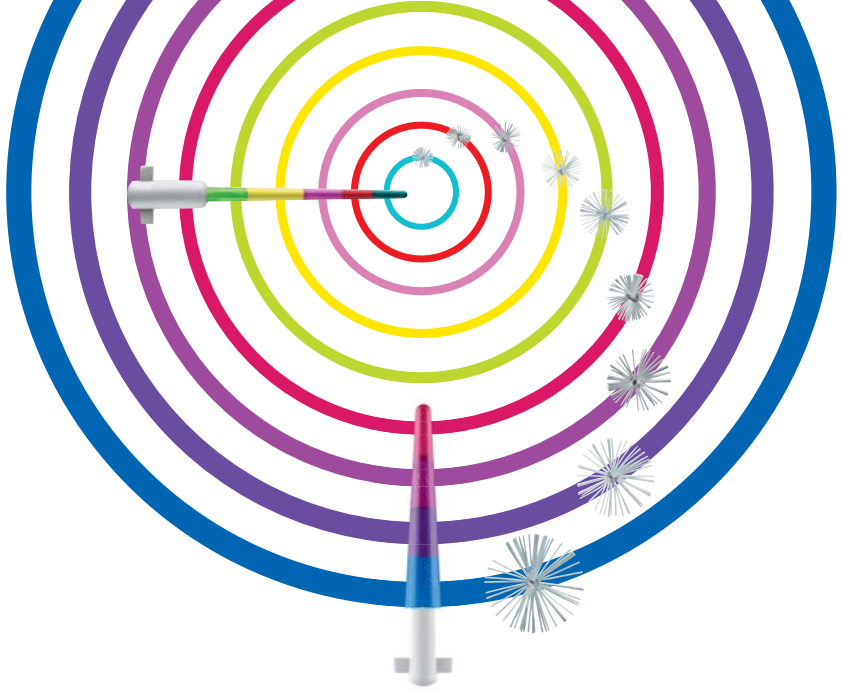
Dr Florine BOUKHOBZA- ADS- Formation Post-Universitaire
83 Bis rue La Fayette - 75009 Paris. - Tél. 01 42 21 47 57 – academydessavoirs@gmail.com
www.academydessavoirs.com
Attention : nombre de places limité à 25 participants

Les droits d'inscription sont à 2 370 euros pour praticiens; et 1185 € pour assistant(e)s, chèque à l'Ordre de ADS

CURAPROX

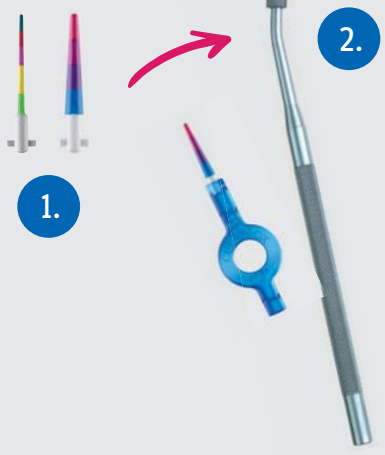
QUE DES AVANTAGES –

pour vous, votre cabinet et vos patients.



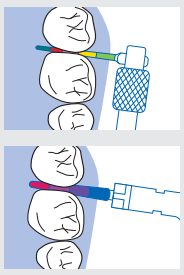
Pour commencer, insérez la sonde IAP (Interdental Access Probe) sur le manche en aluminium. Le manche est autoclavable.

Pratique et hygiénique, toujours à portée de main



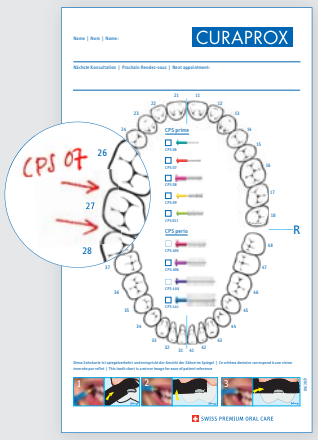
1.

2.



Introduisez doucement la sonde IAP dans l'espace interdentaire, jusqu'à ce qu'elle se bloque.

3.



Notez les couleurs visibles en vestibulaire.

4.

Sortez maintenant de la Chairside Box les brossettes interdentaires correspondantes.

Vous pouvez aussi vendre d'autres brossettes interdentaires directement dans votre cabinet. Nous nous ferons un plaisir de vous conseiller sur les différentes présentations et tailles disponibles à la vente.

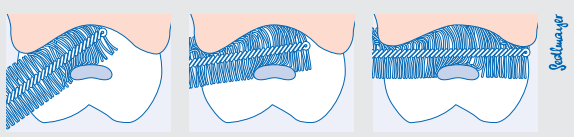
La Chairside Box dans votre cabinet

Un coffret pratique et hygiénique comprenant: les brossettes interdentaires, la sonde IAP correspondante et un manche en aluminium.

La Chairside Box est disponible avec CPS prime et CPS perio.

5.

Pour chaque espace interdentaire, montrez comment bien utiliser les brossettes: Insérer, retirer, et le tour est joué.



7.

À utiliser tout de suite à la maison: donnez à votre patient une des brossettes des tailles que vous avez mesurées – glissez la brossette dans le flyer dédié aux brossettes.

6.

Tester si les tailles correspondent vraiment: assurez vous que les brossettes remplissent bien l'espace interdentaire et que vous sentez bien une friction. Indiquez les tailles définitives sur le charting IAC – idéalement avec le stylo de la bonne couleur.

- **Produits de grande qualité: les brossettes interdentaires CURAPROX sont extrêmement solides, elles durent très longtemps et garantissent ainsi un rapport qualité-prix optimal.**
- **Long terme:** le nettoyage mécanique des espaces interdentaires donne d'excellents résultats, notamment lorsqu'il est enseigné par un professionnel, et améliore la santé bucco-dentaire sur le long terme.
- **Assurance qualité:** un soin complet des espaces interdentaires vous permet de garantir le suivi et donc la qualité de votre travail, qu'il s'agisse de couronnes, de bridges, d'orthodontie, d'implants ou d'odontologie conservatrice.
- **Motivation des patients:** les brossettes interdentaires CURAPROX sont très faciles à utiliser, les patients restent donc très motivés même entre les visites de suivi.
- **A chaque patient sa solution:** les brossettes interdentaires CURAPROX offrent un système complet pour la prophylaxie primaire, secondaire et tertiaire.
- **Formations:** notre offre de formation iTOP contribue à ce que toute l'équipe de votre cabinet travaille main dans la main en offrant une qualité constante et une communication adaptée aux patients.

www.curaprox.com

Azento®

Solution implantaire unitaire.

Une procédure simplifiée pour des résultats optimaux.

Azento®, la toute première solution complète de restauration unitaire en implantologie, condensée dans un coffret unique et personnalisable.

Grâce à un portail web intuitif et à des procédures simplifiées, les cabinets dentaires qui utilisent Azento® peuvent rendre le traitement plus agréable et adapté pour chaque patient tout en gagnant en efficacité.

Azento® est un assemblage de dispositifs médicaux. Non remboursé par les organismes d'assurance maladie au titre de la LPPR. Reportez-vous aux notices d'utilisation des dispositifs médicaux pour plus d'information. Rev. Mars 2019. * Le partenaire de toutes vos solutions dentaires.

THE DENTAL
SOLUTIONS
COMPANY™*

Dentsply Sirona

ENDO TRIBUNE

The World's Endodontics Newspaper · Édition Française

OCTOBRE 2019 | VOL. 11, NO. 10 www.dental-tribune.fr

Comment offrir une seconde vie aux troisièmes molaires : études de cas avec suivi

Dr Pio Bertani et Dr Paolo Generali, Italie

Introduction

L'auto-transplantation dentaire, ou transplantation de dents autologues, implique l'extraction et le repositionnement d'une dent dans un site différent de la cavité orale d'un même patient. Une dent transplantée avec succès offre plusieurs avantages grâce à la préservation du desmodonte : la fonction proprioceptive est préservée, le volume de l'os alvéolaire est conservé, un traitement orthodontique peut être prévu dans le plan thérapeutique, le développement dento-facial de la mâchoire n'est pas perturbé. De plus, on peut s'attendre à une régénération de la pulpe et à la poursuite du développement radiculaire si le choix du transplant porte sur une dent, dite dent donneuse, dont la formation radiculaire est incomplète et si une infection du tissu pulpaire est prévenue.[1,2]

AD

dti Dental Tribune International

www.dental-tribune.com

Historique

La transplantation de dents est pratiquée depuis des siècles. Les articles les plus anciens sur la transplantation dentaire remontent aux esclaves de l'Égypte antique qui étaient contraints de donner leurs dents à leurs pharaons. À la fin du XVIII[e] siècle et au début du XIX[e] siècle, les transplantations de dents entre personnes étaient relativement fréquentes dans les cabinets dentaires spécialisés de Londres. Curieusement, dans le cas de transplantations de dents autologues, il s'est avéré que la durée moyenne de vie atteignait six ans. Durant les années 1950 et 1960, les pays scandinaves ont commencé à pratiquer l'autotransplantation des dents dans des conditions de plus en plus contrôlées.[3,4]

Taux de réussite et de survie

La réussite de la transplantation d'une dent autologue dépend de la vitalité du desmodonte. Des taux élevés de réussite et de survie de dents autologues transplantées sont observés, à condition de bien choisir le cas et d'utiliser la technique chirurgicale adéquate. Une étude prospective menée par Mejare et al. a indiqué un taux de survie cumulé de 81,4 % au bout d'un suivi de quatre ans,[5] et d'autres études ont fait mention de taux de survie compris entre 71,0 % et 95,0 % dans le cadre d'un suivi couvrant dix années.[6,7] Les taux de réussite et de survie rapportés sont similaires ou même supérieurs à ceux des implants.[8]

Indications

Les premières molaires permanentes sont très exposées aux caries en raison de leur structure anatomique caractérisée par des puits et des sillons profonds, et de leur éruption précoce dans la cavité orale. Ces dents requièrent parfois une restauration prématurée et la norme de traitement est souvent sous-optimale. Il peut donc arriver qu'elles présentent une infection chronique et soient impossibles à restaurer chez des adolescents. L'extraction est impérative mais le patient est souvent trop jeune pour la pose d'un implant ou le port d'un bridge fixe à trois unités. Si l'on attend, le patient est exposé à une mésialisation des deuxièmes et troisièmes molaires, voire à une égression pathologique des molaires supérieures. Pire encore, l'utilisation de mainteneurs d'espace se solde par un taux élevé d'échecs. Par conséquent, la présence de premières molaires dans un état irrécupérable chez de jeunes patients est l'une des indications les mieux adaptées et les plus fréquentes, pour la transplantation d'une troisième molaire autologue. Des deuxièmes molaires dont l'état endodontique est compromis ou la restauration impossible représentent une autre indication. La transplantation autologue de prémolaires dans les régions latérales ou antérieures est une technique pratiquée dans les pays scandinaves depuis la fin des années 1950.[8] Cette technique peut aussi être utilisée dans le cas de canines supérieures ectopiques.

Facteurs préopératoires

Les facteurs pronostiques favorables sont notamment un jeune âge (15 à 25 ans), une dent donneuse dont l'apex est ouvert et le système radiculaire se situe entre les deux tiers, et la totalité de la longueur finale atteinte au terme du développement, la possibilité d'une extraction atraumatique et du repositionnement de la dent donneuse (morphologie radiculaire, position et dimension de la couronne), un état favorable du site receveur (absence d'inflammation, bonne qualité et volume adéquat de l'os), le recours à un protocole pertinent (technique atraumatique, temps extra-alvéolaire minimal, type de stabilisation, suivi adéquat, et chronologie du traitement endodontique ultérieur). Le facteur déterminant est la ci-

> Neoniti
NEOLIX

Neoniti,* la lime endodontique la plus résistante est 100% française !

Une étude publiée en 2019 par l'université de Valence en Espagne montre que les limes Neoniti de Neolix sont les plus résistantes à la fatigue, parmi les 10 marques de limes en NiTi étudiés.

L'étude numéro 31118530 sur www.pubmed.com, montre l'intérêt de ces limes de nouvelle génération, pour tout dentiste omnipraticien ou spécialiste, grâce à la forte réduction du risque de casse accidentelle des limes, le cauchemar des praticiens.

Neolix, fondée en 2009 en Mayenne, aura mis 5 ans pour mettre au point son procédé de fabrication par électroérosion, conçu, breveté et maîtrisé uniquement par elle. L'électroérosion consiste à tailler le NiTi par des étincelles électriques, au lieu du meulage traditionnel de tous les autres fabricants. Neolix utilise également le traitement thermique, pour lequel elle a aussi été pionnière. Il rend les limes très flexibles, réduit le risque de butée et de transport canalaire pour respecter l'anatomie canalaire, permettant de traiter en toute sécurité les canaux faciles ou difficiles, qu'il s'agisse de traitement ou retraitement endodontique.

L'originalité du procédé de Neolix consiste donc à associer électroérosion et traitement thermique, conférant aux limes Neoniti une combinaison unique de caractéristiques telles que souplesse extrême, surface abrasive et arêtes de coupe durcies, offrant finalement au praticien des avantages supérieurs en termes de sécurité, simplicité et efficacité.

Contrairement aux systèmes multiples nécessitant plusieurs limes de préparation, Neoniti requiert une lime de préparation unique pour la mise en forme, s'utilise en rotation continue et convient à toutes les pièces à main du marché.

Neolix propose également Neoniti GPS, une lime de cathétérisme mécanisée offrant des avantages uniques. Grâce au procédé de Neolix, cette lime par définition très fine, possède une incomparable souplesse et résistance à la fatigue. Elle remplace toutes les limes manuelles de préparation (sauf la lime n°10 pour déterminer la LT) sans appréhension de casse, tout en étant compatible avec les systèmes de mise en forme concurrents, ce qui conduit un nombre croissant de praticiens à l'utiliser, quel que soit leur système de préparation.

Cette étude conforte Neolix dans sa volonté d'innover en endodontie. Cette jeune PME 100% française à la croissance soutenue, prépare des projets encore plus étonnants, lui donnant des atouts pour devenir rapidement un acteur majeur de l'endodontie.

*Distribuées en France par Exotec Dentaire.

F360	F6 Sky taper	Hyflex EDM	iRace	**Neoniti**	One Shape	Protaper Next	Reciproc	Revo S	Wave One Gold
Komet	Komet	Coltene	FKG	**Neolix**	MicroMega	Maillefer	VDW	MicroMega	Maillefer
762.17 ± 56.25	954.16 ± 83.06	2758.88 ± 210.14	273.67 ± 26.54	**2765.55 ± 171.07**	374.88 ± 55.90	352.16 ± 25.97	843.33 ± 76.68	195.61 ± 31.77	1096.66 ± 66.42

Nombre moyen de cycles de rotation avant rupture dans un canal courbe.