

Ricerche di Mercato

Tendenze di mercato alla luce della crisi in atto

Così come già osservato l'anno passato, il settore dentale procede nel suo sviluppo positivo, che fa apprezzare una effettiva contrazione solo in questo primo semestre del 2009.

Lo dimostra la nuova ricerca di mercato sviluppata da Key-Stone su incarico di Promunidi srl, società di servizi di UNIDI (Unione Nazionale Industrie Dentarie Italiane) ed ente organizzatore della principale fiera merceologica del dentale, l'International Expodental, da quest'anno a Roma.

La ricerca UNIDI

La ricerca, che è ormai una sorta di osservatorio permanente del mercato, si sviluppa prendendo in considerazione il giro d'affari di oltre 300 aziende tra produttori e distributori grossisti (per la maggior parte importatori) del settore dentale italiano. Il progetto si basa principalmente sull'analisi dei bilanci depositati e, per questo motivo, fa riferimento all'esercizio 2007. I dati, che potrebbero

apparire obsoleti considerando la seria situazione di turbolenza e recessione che sta caratterizzando gli ultimi mesi, sono comunque molto utili per comprendere la composizione del settore e le tendenze storiche di tutto il comparto.

Proprio in considerazione della situazione congiunturale, una seconda parte di questo scritto consentirà di osservare, per i prodotti di consumo, l'andamento del 2008 e la previsione di chiusura del 2009.

Un triennio di crescita

Il mercato dentale italiano del 2007 è stato misurato in oltre 1,15 miliardi di Euro e questo business è stato definito come l'insieme dei prodotti e le attrezzature professionali destinati a studi dentistici e laboratori odontotecnici. La stima è stata effettuata da Key-Stone ed è valorizzata ai prezzi *sell-out*, cioè di vendita al cliente finale (dentisti e odontotecnici).

Il trend appare in netta crescita con un incremento

medio nel triennio dal 2005 al 2007 del 7,3%. Si nota però un primo rallentamento nell'ultimo anno analizzato, dopo un ottimo 2006.

Osserviamo ora il mercato in funzione delle diverse famiglie di prodotto, dalle attrezzature ai materiali di consumo, alle leghe, ecc. Per poter effettuare questa ulteriore analisi di dettaglio, Key-Stone ha usato la classificazione adottata da UNIDI, committente dello studio di settore.

Tali incidenze sono di tipo strutturale e la loro variazione negli anni è piuttosto lenta, fermo restando che alcuni segmenti risultano in netta crescita rispetto ad altri. Osservando infatti l'evoluzione storica del mercato secondo questa classificazione, si possono notare segmenti particolarmente virtuosi per ciò che concerne i trend di crescita, mentre altri soffrono una situazione di ristagno.

Come si può osservare, quasi tutti i segmenti risultano in crescita, in particolare l'im-

plantologia che sembra "tirare" tutto il comparto. Solo gli ambiti connessi ai prodotti per i laboratori odontotecnici sembrano soffrire maggiormente. Ciò può essere dovuto alla congiuntura in atto negli ultimi anni ma anche ad una possibile modifica strutturale delle abitudini e necessità degli italiani rispetto alle riabilitazioni protesiche. Si consideri che, nonostan-

Roberto Rosso, imprenditore nella consulenza di marketing, è fondatore e presidente di Key-Stone. È responsabile del progetto Dental Monitor e segue dal 1999 l'andamento di numerosi mercati dentali europei, in stretto contatto con tutte le principali aziende del settore. Ricercatore e formatore in area marketing, vendite e comunicazione è autore di numerose pubblicazioni in questi ambiti. Professore a Contratto presso la Facoltà di Economia di Torino è docente nel Master di Marketing e Comunicazione, seguendo l'area Pianificazione di Marketing



key-stone@key-stone.it - Tel. 011.3119430

te la ricerca si fermi nel 2007, recenti dati a disposizione di Key-Stone relativi allo scorso anno e al primo semestre 2009 continuano a segnalare un andamento negativo del laboratorio.

Monitoraggio delle attuali tendenze

Veniamo quindi ai dati più recenti, ottenuti grazie ad un importante panel di aziende del settore, assolutamente rappresentativo del mercato, che partendo

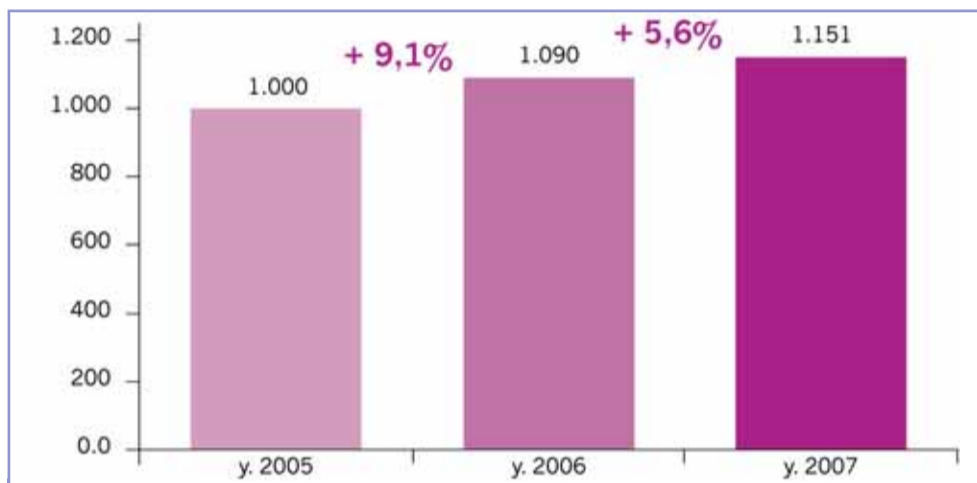


Grafico 1: mercato italiano settore professionale sell-out (valori in milioni di euro)

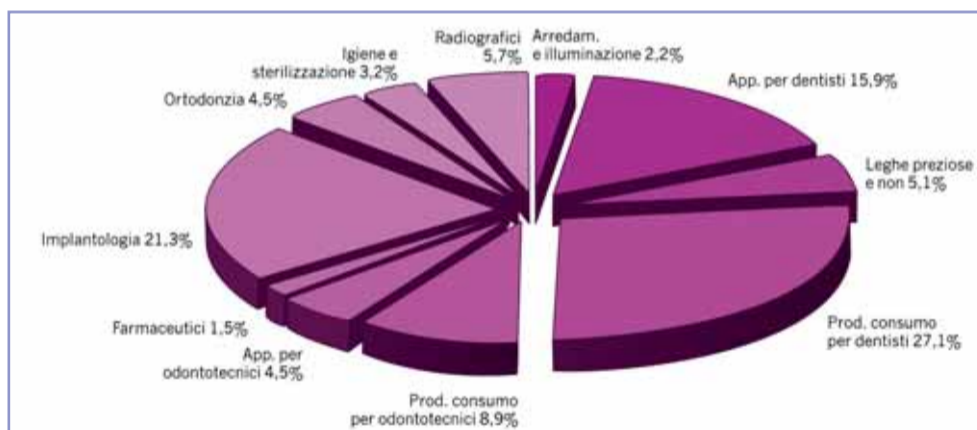


Grafico 2: incidenza famiglie di prodotto sul mercato finale italiano (prezzi finli sell-out)

SDC Orthofile
SWISS ORTHODONTIC STRIPS

SDC IRS Starter Kit

Novità
Richiedete informazioni sulla nuova PolySoft da 3, 9, 15 e 30 microni! La lima super fine per l'alta lucidatura

Il sistema più sicuro, veloce e preciso per la riduzione dello smalto in zone interprossimali

Il sistema SDC-Orthofile è un sottile strumento flessibile che facilita la contornatura dello smalto e rimuove uniformemente la massa interprossimale del dente. Permette la riduzione, spesso necessaria, del materiale dentale interprossimale, correggendo lo spazio insufficiente dovuto ad un'inadeguata lunghezza dell'arcata.

applicazioni in: **Ortodonzia** **Terapie con mascherina** **Restaurativa e Conservativa**

5.5 Valori e trend 2005 - 2007

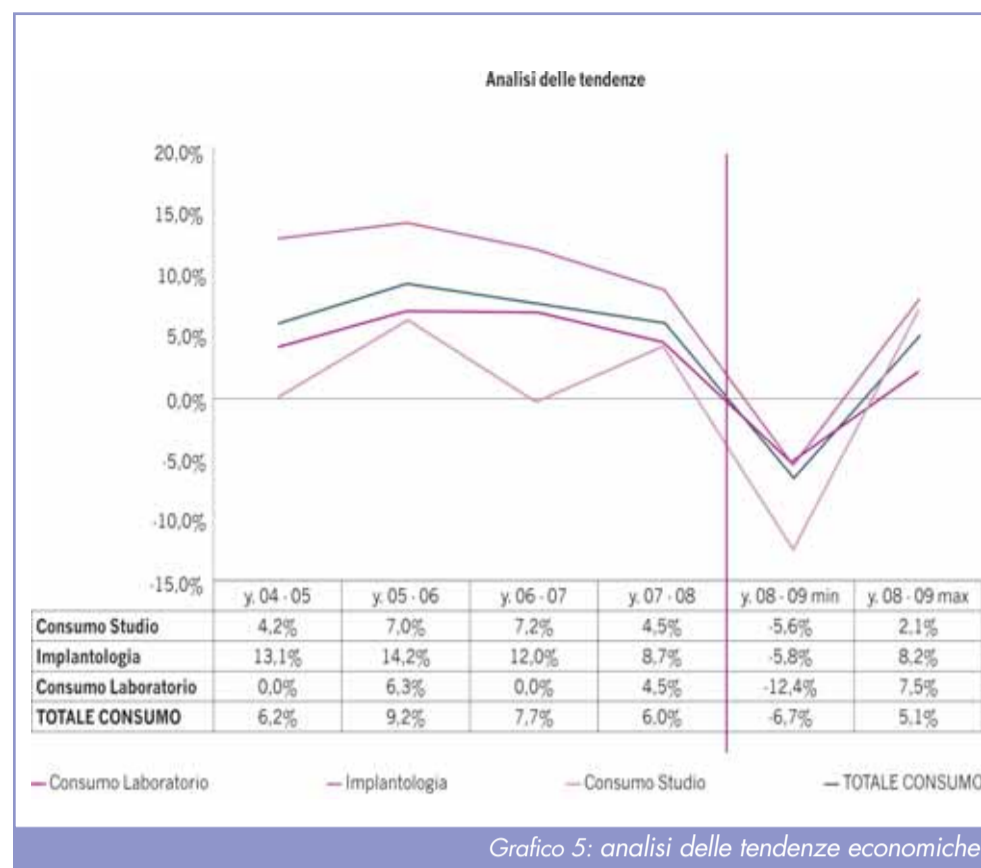
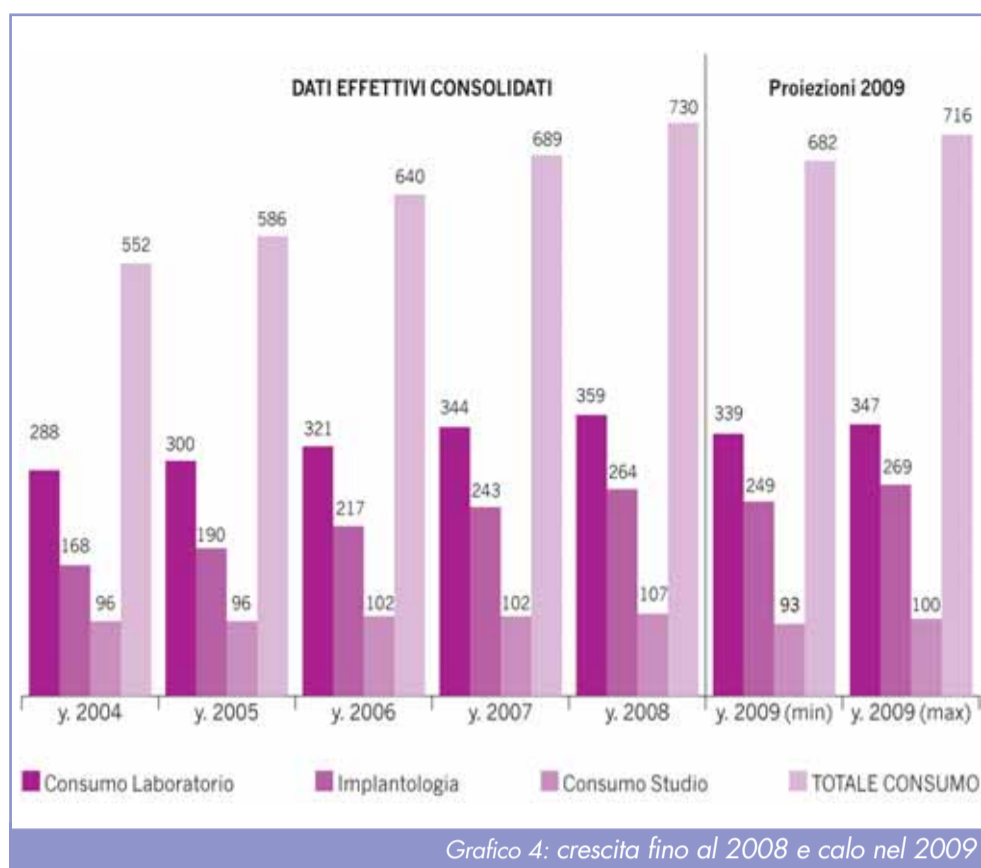
Mercato al sell-out (valori ex fabbrica in milioni di Euro)

Famiglia di prodotto	Trend mercato finale (prezzi al sell-out)		
	y.2005/ y.2006	y.2006/ y.2007	media y.2005/ y.2007
Arredam. e illuminazione	23,3 / 26,1 / 25,4	11,9% / -2,5%	4,4%
App. per dentisti	173,1 / 180,6 / 180,9	4,3% / 0,2%	2,2%
Leghe preziose e non	51,5 / 59,0 / 58,6	14,7% / -0,7%	6,7%
Prod. consumo per dentisti	268,2 / 267,3 / 308,9	7,2% / 7,4%	7,3%
Prod. consumo per odontotecnici	96,0 / 101,8 / 102,0	6,0% / 0,1%	3,0%
App. per odontotecnici	47,2 / 51,2 / 51,1	8,5% / -0,1%	4,1%
Farmaceutici	15,9 / 16,9 / 17,2	6,4% / 1,8%	4,1%
Implantologia	190,4 / 217,2 / 242,6	14,1% / 11,7%	12,9%
Ortodonzia	45,4 / 48,2 / 51,7	6,2% / 7,2%	6,7%
Igiene e sterilizzazione	31,2 / 33,6 / 36,6	7,8% / 8,7%	8,2%
Radiografici	48,9 / 57,9 / 65,0	18,4% / 12,3%	15,3%
Servizi	8,7 / 10,4 / 11,3	20,3% / 8,7%	14,4%
Totale produzione		9,1% / 5,6%	7,3%

Grafico 3



Lombarda H S.r.l.
Loc. Faustina
20080 Albairate - MI
Tel. 02 949 205 09
Fax 02 949 205 15
lombh@libero.it
www.lombardah.com



dai dati UNIDI del 2007 consente di fare un quadro più attuale della situazione. Come anticipato, le considerazioni successive sono relative ai soli prodotti di consumo (escluso ortodonzia a leghe), poiché le aziende appartenenti al mercato delle leghe e ortodonzia non partecipano ancora a panel di raccolta ed elaborazione dei dati di vendita.

Come si osserva nella sezione sinistra del grafico 4, il mercato del 2008 ha continuato a crescere portandosi a oltre 700 milioni per le famiglie di consumo analizzate. Nel 2009 il trend è però in decrescita, per la prima volta da quando viene analizzato l'andamento del settore dentale in Italia.

Questo trend, osservabile nella sezione di destra del grafico, è stato ottenuto grazie ai dati mensili provenienti in modo puntuale dalle principali aziende del settore. Le due ipotesi di proiezione riguardano l'andamento secondo quanto avvenuto nei primi sei mesi del 2009 rispetto allo stesso periodo del 2008 e in funzione del trend degli ultimi dodici mesi sui precedenti, il cosiddetto "anno mobile".

A prescindere dall'entità dei valori complessivi, osservabili nel grafico 4, è interessante valutare il dato di tendenza per segmento e sul totale, indicati nel grafico numero 5.

Si noti, inizialmente, l'andamento del 2008 che presenta un buon tasso di crescita complessivo, con un +6%. Il dato mostra un certo rallentamento rispetto a quanto avvenuto negli anni precedenti ma, considerando l'arrivo improvviso della crisi nell'autunno 2008, l'evoluzione complessiva è da ritenersi del tutto positiva grazie ad un eccellente primo semestre 2008. Anche in questo caso, l'implantologia ha mostrato

performance migliori rispetto agli altri segmenti. Diverso è lo scenario del 2009. Gli andamenti tendenziali più "solidi" sono certamente quelli relativi alla proiezione del progressivo del primo semestre, quindi quella più pessimistica. Ad avvalorare questa tesi è il fatto che, **generalmente, le situazioni congiunturali appaiono agli studi dentistici con mesi di ritardo rispetto a quando si manifestano apertamente nei mercati.** Ciò è dovuto alla pianificazione pregressa delle terapie da parte dei pazienti che, una volta in cura, continuano con i loro trattamenti. Il problema per gli studi dentistici, quindi, si presenta a seguito della riduzione di pazienti o alla minor accettazione dei preventivi più importanti, in genere nei mesi successivi all'avvento di situazioni congiunturali negative. La seconda ipotesi, più ottimistica, viene sostenuta dal fatto che nella seconda parte del 2008 si era già verificato un certo calo di mercato e, probabilmente, i trend recessivi rispetto al 2008 dovrebbero progressivamente ammortizzarsi. Molto dipenderà comunque dal clima di fiducia che coinvolgerà gli italiani nell'autunno 2009 e dalla situazione socio economica effettiva, condizionata fortemente dalla sicurezza del posto di lavoro e dalla ripresa del Paese in senso lato.

Occorre in ultimo considerare che, nonostante il sistema odontoiatrico - essendo quasi esclusivamente privato - attinga alla capacità di risparmio delle famiglie italiane, il settore si colloca nel più ampio comparto della salute, che risente delle congiunture negative che possono verificarsi in modo mitigato rispetto ad altri settori.

Roberto Rosso

SUNSTAR

G·U·M

HEALTHY GUMS. HEALTHY LIFE.®

PerioBalance™

**L'UNICO PROBIOTICO SPECIFICO PER LA SALUTE ORALE
CON LACTOBACILLUS REUTERI PRODENTIS**

Alterazioni dell'equilibrio della microflora orale possono favorire le malattie parodontali e la carie.¹ GUM PerioBalance contiene il *Lactobacillus reuteri* Prodentis, il primo probiotico con effetti benefici per la salute orale dimostrati con studi clinici. GUM PerioBalance riporta la microflora del parodonto ad un sano equilibrio, aiutando a ridurre la placca, contrastare le gengiviti e diminuire la carica dei batteri cariogeni.²⁻⁵ Usato in aggiunta all'igiene orale con spazzolino, filo interdentale e prodotti specifici, GUM PerioBalance rinforza le naturali difese della bocca. Adatto agli adulti e ai bambini di ogni età, è disponibile in chewing gum e compresse orosolubili.

IN FARMACIA

Mai così tanto per la salute della tua bocca.

Info.italy@it.sunstar.com - www.gum-vitasana.it - Numero verde 800-580840

SUNSTAR

G·U·M

HEALTHY GUMS. HEALTHY LIFE.®

1. Çağlar E et al. Oral Disinfectants 2005; 11: 131-137. 2. Paterni WO 2005/120527 - PCT/SE2005/000897. 3. Paterni WO 2005/121312 - PCT/SE2005/000805. 4. Krassie P et al. Swed Dent J 2005; 30: 55-60. 5. Çağlar E et al. Acta Odontol Scand 2006; 64: 314-318.

© 2008 McCann Healthcare RGB Milano