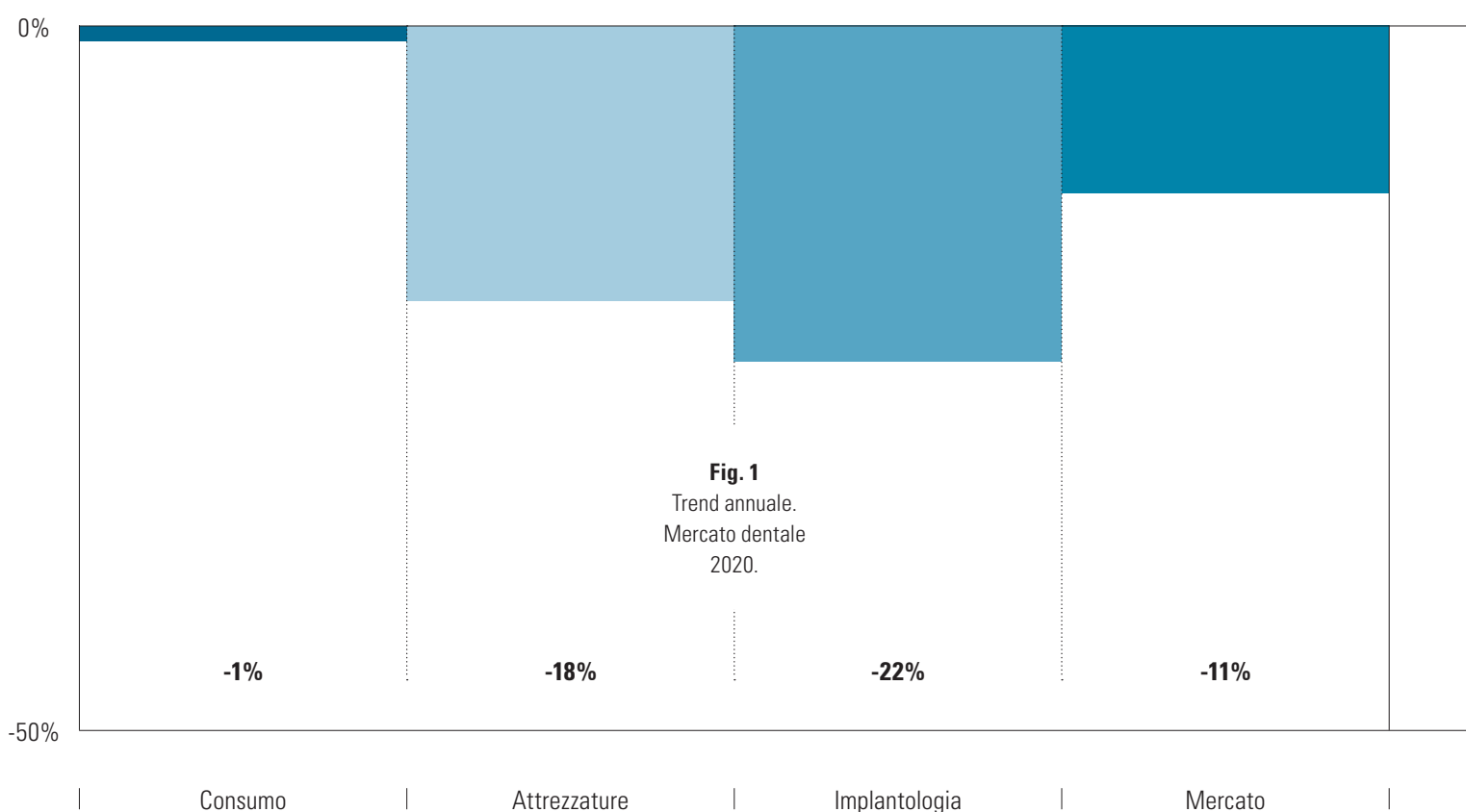


Dati negativi che indicano già il recupero: è il momento della fiducia



Roberto Rosso
Presidente Key-Stone



Il mercato dei prodotti e delle attrezzature dentali rispecchia in modo abbastanza fedele l'andamento del settore odontoiatrico più in generale.

In particolare, come ho già scritto in altre occasioni, gli acquisti di prodotti di consumo sono fortemente correlati con la domanda di prestazioni, mentre gli investimenti in apparecchi e tecnologie in genere sono fortemente connessi alla fiducia nel futuro degli operatori.

Stando ai risultati del panel di distributori Key-Stone (valore complessivo delle vendite del 2019 di circa 700 milioni) il trend stimato del settore, che verrà confermato dal prossimo studio in fase di realizzazione per conto

dell'UNIDI, presenta una perdita complessiva che si attesta intorno al -11%. Questo dato porta a valorizzare in 1,1 miliardi di euro il mercato professionale del dentale in Italia (prodotti e attrezzature) escludendo i servizi, come quelli di assistenza, i software gestionali e i dispositivi medici su misura, come le lavorazioni Cad-Cam e gli allineatori.

Il -11% è tutto sommato una perdita abbastanza contenuta, se consideriamo il blocco pressoché totale delle attività odontoiatriche durante il lockdown, il crollo della fiducia che impatta sugli investimenti e la lunga fase ancora in corso di distanziamento sociale.

Vediamo però, nella figura 1, i dati di tendenza suddivisi per tre grandi ambiti: quello del consumo complessivo (che include i prodotti per odontotecnici e l'ortodonzia), quello delle attrezzature da studio e laboratorio e, infine, l'implantologia, che in Italia ha un peso talmente rilevante da dover essere considerata come un mercato a sé stante.

Di fronte a questi dati di tendenza, sono doverose delle considerazioni, poiché

un'analisi aggregata di questo tipo senza entrare nel merito dei segmenti che compongono i due settori (consumo e attrezzature) può essere fuorviante. Prima di procedere all'analisi dettagliata dei risultati, si ricorda che le informazioni presentate in questo articolo derivano dall'analisi dei dati di un campione di fabbricanti e depositi dentali che copre oltre il 70% del retail in Italia. Si sottolinea il fatto che la rendicontazione con i dati puntuali produrrà delle differenze minime rispetto ai dati provvisori qui pubblicati, senza però inficiare l'utilità delle riflessioni di seguito presentate.

Come ho anticipato, il consumo è senza dubbio un indicatore diretto della domanda di prestazioni, ma nel corso del 2020, a causa della pandemia, è aumentato in modo sproporzionato il valore degli acquisti dei prodotti disinfettanti, dei DPI e del monouso in generale (prodotti che abbiamo aggregato in una macro famiglia chiamata "Consumo famiglie Covid"), che hanno generato un forte incremento di vendite (quindi del costo per gli studi dentistici), non direttamente correlate con la domanda di prestazioni. Per poter quindi ana-

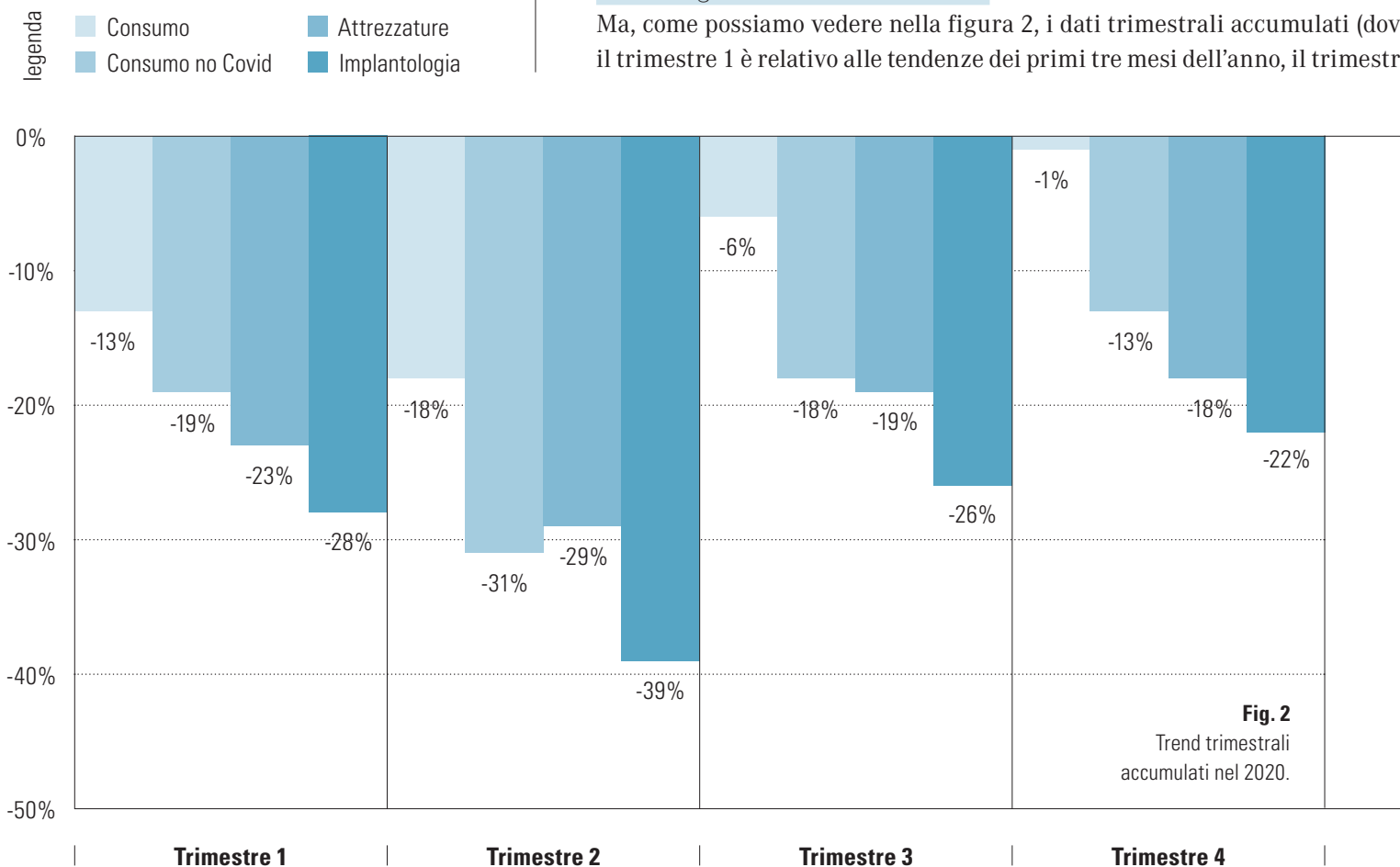
lizzare il valore e le tendenze del consumo come indicatore di performance di tutto il settore, occorre scorporare il valore dei prodotti di igiene e monouso in generale.

Si consideri che il settore dei prodotti di consumo, includendo anche implantologia e ortodonzia (senza allineatori), ha avuto nel 2019 un valore totale senza Iva di 856 milioni, che sono diventati circa 790 nell'anno passato. In questi 790 milioni del 2020 la quota relativa ai prodotti di igiene e monouso è di quasi 150 milioni (con un peso del 19%), mentre erano 84 milioni nel 2019 (con un peso del 10%). Tutto ciò ci porta ad affermare che senza dubbio questi prodotti hanno condizionato positivamente le vendite di questo settore, poiché complessivamente il Consumo senza "prodotti Covid" ha avuto un decremento del 13%.

L'implantologia è stata messa in evidenza in quanto all'interno del mix di famiglie di prodotto del consumo presenta il calo più forte con un trend del -22% a valore (con il 25% in meno per ciò che riguarda il numero di impianti collocati). Risulta, invece, in linea con il resto del consumo il calo dell'ortodonzia, che fa segnalare una riduzione del 14%.

Anche i prodotti per la protesi (materiali di impronta, cementi e laboratorio) hanno una riduzione inferiore rispetto all'implantologia, con un -13%, ma ciò è dovuto al fatto che ancor prima del confinamento della primavera 2020 erano centinaia di migliaia i pazienti con un recente intervento di implantologia, che sarebbero stati protesizzati nei mesi successivi. L'onda lunga dell'impatto negativo sulla protesi sarà probabilmente più evidente in questi primi mesi del 2021. Per quanto riguarda le vendite di apparecchiature, fatto salvo alcune fortemente connesse all'emergenza sanitaria (autoclavi, sanificatori e manipoli), il forte calo è chiaramente dovuto all'elevata incertezza economica e sanitaria, che ha provocato un temporaneo blocco di gran parte degli investimenti nelle tecnologie e nel rinnovo dei centri.

Ma, come possiamo vedere nella figura 2, i dati trimestrali accumulati (dove il trimestre 1 è relativo alle tendenze dei primi tre mesi dell'anno, il trimestre





Il trend stimato del settore presenta una perdita complessiva che si attesta intorno al -11%, calo tutto sommato abbastanza contenuto, se consideriamo il blocco pressoché totale delle attività odontoiatriche durante il lockdown, il crollo della fiducia che impatta sugli investimenti e la lunga fase ancora in corso di distanziamento sociale

Nota informativa

Da oltre venti anni Key-Stone si interfaccia costantemente con gli operatori di tutti i canali del settore dentale per monitorarne l'andamento, attraverso un sistema caratterizzato da differenti metodi di raccolta ed elaborazione dei dati. Molte informazioni provengono da indagini demoscopiche su campioni di dentisti e odontotecnici. Il sistema ha permesso di effettuare in totale oltre 45.000 interviste a dentisti e odontotecnici e 15.000 interviste a pazienti e fruitori delle cure odontoiatriche a livello globale.

A tale proposito, nel ringraziare tutti i professionisti del settore (manager di aziende, dentisti, assistenti, igienisti, specialisti, odontotecnici) che con la loro opinione ed esperienza hanno contribuito alla realizzazione di molti progetti di ricerca, Key-Stone rende noto che la Società nel costante intento di tutelare le informazioni dei professionisti che collaborano per le suindicate attività e per garantire e salvaguardare i dati dei predetti interessati ha adottato un Sistema di Gestione Privacy nominando un Data Protection Officer (DPO) cui il professionista può rivolgersi per ogni eventuale dubbio sul trattamento dei suoi dati personali (dpo@key-stone.it). Al fine di fornire tutte le informazioni prescritte dal Reg. 679/2016 la Società invita tutti i professionisti a prendere visione dell'Informativa presente sul sito all'indirizzo: www.key-stone.it/privacy.pdf.

2 a quelle dei primi sei, etc.) presentano un recupero del mercato molto positivo, che sembra raccontarci di un settore che ha vissuto in modo traumatico gli oltre due mesi di confinamento totale della primavera 2020, ma che sta recuperando piuttosto velocemente i ritmi abituali.

Si veda in particolare la tendenza di recupero delle vendite di attrezzature, che presenta un tasso di sviluppo più marcato giusto nel periodo post lockdown, per poi marcare una nuova fase di rallentamento nell'ultimo trimestre, a fronte di una domanda di prestazioni che ha indubbiamente visto un nuovo periodo di riduzione.

Anche il consumo, al netto delle famiglie legate al Covid, indicato nel grafico come "Consumo no Covid", consente di osservare un andamento molto coerente con quello dell'implantologia, quindi della domanda di prestazioni più in generale, anche se è l'ambito implantare quello che fa marcare, senza dubbio, la performance peggiore.

Nonostante i dati di mercato del quarto trimestre 2020 indichino una dimensione complessiva delle vendite inferiore a quella del 2019, fenomeno parzialmente confermato anche dai dati provvisori dei primi mesi 2021, questa nuova situazione di lieve recupero, nonché un certo ottimismo pensando alla fase successiva alla campagna di vaccinazione e alle prossime riaperture previste dal Governo, sembra stiano portando una parte di dentisti e odontotecnici, certamente quelli più positivi e proattivi, a riconsiderare i propri propositi di rinnovamento e rilancio dell'attività, riprendendo a investire in tecnologie. Non solo in quelle digitali, ma anche nel rinnovamento dei centri, sostituzioni di poltrone, radiologia, etc.

Dobbiamo considerare che questa gravissima crisi abbattutasi anche sul settore dentale potrebbe cambiare lo scenario competitivo, poiché cliniche più deboli finanziariamente o condotte da dentisti prossimi al pensionamento, stanno certamente valutando ipotesi di cessione o chiusura, mentre altri dentisti e imprenditori sono fortemente motivati a investire per poter offrire ai cittadini cliniche più moderne, attrezzate e organizzate.

Se è vero che sarà abbastanza normale assistere a una seconda parte del 2021 in forte ripresa degli investimenti da parte di dentisti e protesici, va considerato che chi già oggi ripone una certa fiducia in un futuro di ripresa dell'attività odontoiatrica e investe proprio in questi mesi di fase di incertezza, non potrà che conseguire un forte vantaggio competitivo rispetto agli altri.

Non vi è dubbio che le incertezze economiche dovute a una crisi economica e sociale post pandemia saranno di media durata, sarebbe impensabile uscire di colpo da questa crisi che lascia sul campo milioni di posti di lavoro perduti ma, proprio come accaduto nel quinquennio 2009-2013, chi avrà fiducia e visione oggi potrà con maggiori probabilità prosperare in un futuro prossimo, che, per il settore dentale, non è poi così oscuro. ●

Per maggiori informazioni: pressoffice@key-stone.it



È l'implantologia a presentare il calo più forte con un trend del -22% a valore. Risulta, invece, in linea con il resto del consumo il calo dell'ortodonzia, che fa segnalare una riduzione del 14%