

**TIRATURA STRAORDINARIA 35.000 COPIE**



POLITICA SANITARIA



Pag. 11

DENTAL MONITOR



Pag. 12

EMERGENZE IN STUDIO



Pag. 15

DENTAL EVIDENCE



Pag. 25

MEETING NEWS



Pag. 32

PLAY TIME

**BIO IMPLANT**

Trezzo S/N (MI) - Tel : 0236529225  
www.bioimplant.it - info@bioimplant.it

# Italian Dental JOURNAL

attualità informazione cultura professione

EDITORIALE **Paolo Pegoraro**  
p.pegoraro@griffineditore.it

## Il tempo porta inevitabili cambiamenti

...e un'altra stagione congressuale sta per iniziare. Alla ripresa autunnale, è tempo di confrontarsi con la propria agenda e di programmare gli impegni per l'aggiornamento: per constatare, ogni volta, che gli appuntamenti si sono moltiplicati, mentre il tempo è tiranno, le risorse talvolta sono inferiori rispetto al passato e la volontà di spostarsi per un convegno è proporzionale al risultato che se ne ricava. In altre parole, si investono tempo ed energie per partecipare a un evento soltanto se è davvero utile.

Vale la pena di ritornare sul tema dei congressi per ricordare che oggi davvero le Società scientifiche, l'Università e i centri d'eccellenza, insomma chiunque abbia in animo di programmare un evento, deve mettere in conto da un lato che la crisi economica - una realtà oggettiva - spinge i più a chiedersi se davvero l'investimento corrisponde a quanto si riporta a casa; dall'altro, che al momento attuale gli odontoiatri sono sempre meno disponibili, una volta presenti al congresso, ad assistere a banali talk show, parate di slides poco coerenti o esibizioni di bravura: vogliono programmi precisi, scalette organiche, relatori preparati e interattivi. Il modo più pratico per raggiungere questo obiettivo, da parte delle Società scientifiche, è quello di strutturare un programma con punti ben precisi da sviluppare, al quale i relatori che hanno accettato l'invito dovranno necessariamente attenersi.

Sembra che il paziente sia diventato più preciso ed esigente, e che per conseguenza anche il dentista a sua

continua a pag. 2

L' intervista Pag. 2

## Formazione Evidence Based in parodontologia

Leonardo Trombelli

**CORSO PRATICO OPERATIVO DI IMPLANTOLOGIA CON ATTIVITÀ CLINICA DI FORMAZIONE SU PAZIENTI IN TECNICA AVANZATA DI CHIRURGIA PIEZOELETTRICA ED IMPLANTOLOGIA A CARICO IMMEDIATO**

PUNTI E.C.M. IN FASE DI ACCREDITAMENTO

**Escuela de Odontología**

**SEDE DEL CORSO:**  
Universidad Iberoamericana  
Av. Francia No. 129, Gzazue  
Aspartado Postal 22333  
Santo Domingo,  
República Dominicana  
Tel. (809) 689-4111, Ext 2076  
Fax. (809) 688-688-9664  
E-mail: c.valero@unibe.edu.do

**SEGRETERIA ORGANIZZATIVA:**  
Dott. Emanuele Morella  
Centro C.I.R.G. Milano  
Via Caduti sul Lavoro, 61  
Sesto San Giovanni (MI)  
Tel./Fax. 02/26225783  
Cell. 347-2399264  
E-mail: info@studiodmorella.com  
www.studiodmorella.com

**UNIBE**

**II EXPO DI AUTUNNO**

**"L'odontoiatria moderna: successi, insuccessi, complicità e possibili soluzioni"**

**28, 29 novembre 2008**  
Milano - ATA Hotel Quark

↓ **IL SERVIZIO A PAGINA 25**

Per informazioni  
www.expodiautunno.it  
b2b@b2bconsultingsrl.com  
Tel. 06.6675135 - Fax 06.61709413

Griffin GRIFFIN EDITORE  
www.griffineditore.it - info@griffineditore.it

**Synflex Forte 550 mg**  
naprossene sodico

Almirall

Deposito presso l'AIFA in data 10/04/06





Ricerche di Mercato

# Il dentale, un settore che cresce nonostante la crisi economica

Contrariamente a quanto avviene nella maggior parte dei settori industriali e commerciali del nostro Paese nell'ultimo quinquennio, il "dentale" sembra essere un comparto che, tutto sommato, cresce con buoni ritmi.

Il fenomeno è dimostrato da una recente 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 settore odontoiatrico, l'International Expodental di Milano.

## La ricerca di mercato

La ricerca, sviluppata 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 mercato dentale italiano del 2006 è stato misurato in oltre 1,1 miliardi di Euro e questo business è stato defi-

nito come l'insieme dei prodotti e le attrezzature professionali destinati a studi dentistici e laboratori odontotecnici. La stima è stata effettuata in collaborazione con l'Istituto Key-Stone ed è valorizzata ai prezzi sell-out, cioè di vendita al cliente finale.

Il comparto ospita complessivamente circa 7.000 addetti, cui si aggiungono alcune migliaia di agenti e rappresentanti di commercio (tavola 1).

Il mercato presenta una buona vocazione domestica, con circa il 40% di prodotti e attrezzature nazionali. Oltre 400 milioni di fatturato al sell-out provengono infatti dal sistema produttivo italiano (tavola 2).

Il ruolo dell'industria italiana è di primaria importanza in questo mercato, che vede circa il 40% del business composto dal "Made in Italy". Vero fiore all'occhiello dell'industria italiana nel più ampio comparto del cosiddetto "business to business".

Molto interessante risulta essere l'andamento complessivo del business cosiddetto

al "sell out", di fatto si tratta dei consumi dei dentisti e odontotecnici italiani.

Il trend appare infatti in netta crescita con un incremento medio nel triennio dal 2004 al 2006 del 7,5% (tavola 3).

## L'analisi per classe di prodotto

Chiaramente il valore del mercato deve essere analizzato anche 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 utilizzato la classificazione adottata da UNIDI, committente dello studio di settore.

Osservando il mercato secondo questa classificazione si possono notare segmenti particolarmente virtuosi per ciò che concerne i trend di crescita (tavola 4). Come si può osservare, tutti i segmenti risultano in crescita, anche se gli ambiti connessi alla protesità (in particolare alla mobile) e di conseguenza

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; insegna presso la Facoltà di Economia di Torino nel Master of Management, seguendo l'area Pianificazione di Marketing.



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

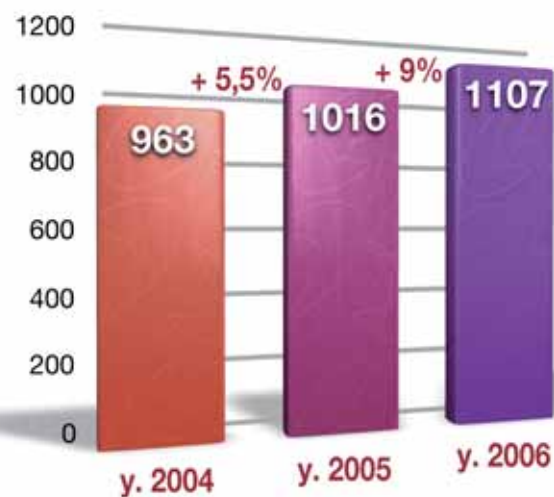


Tavola 3. Mercato italiano, settore professionale. Valori in milioni di euro

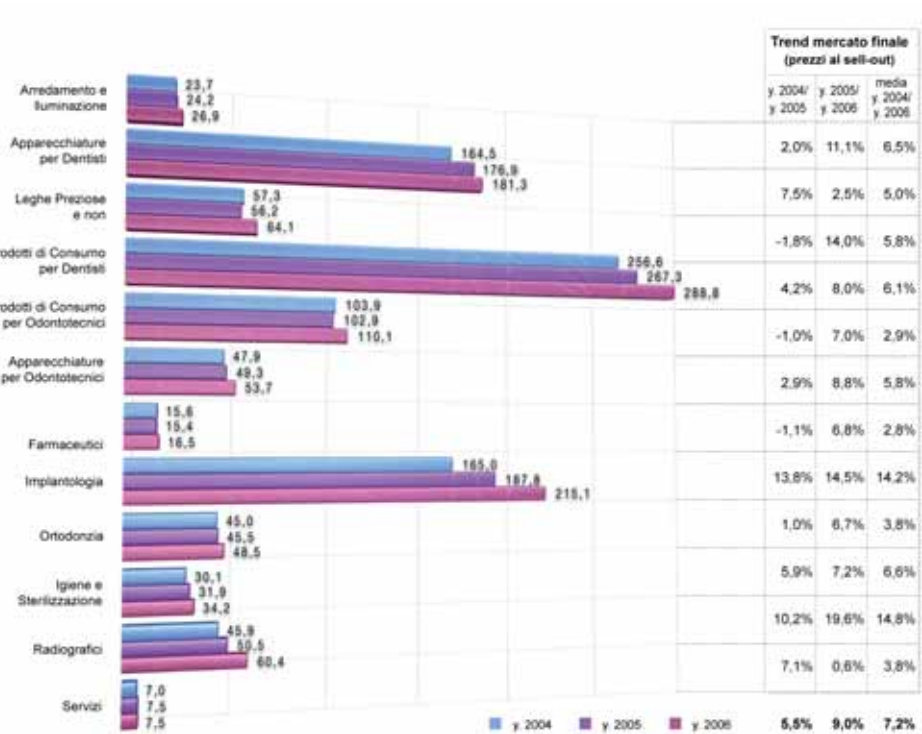


Tavola 4. Mercato al "sell-out". Valori in milioni di euro

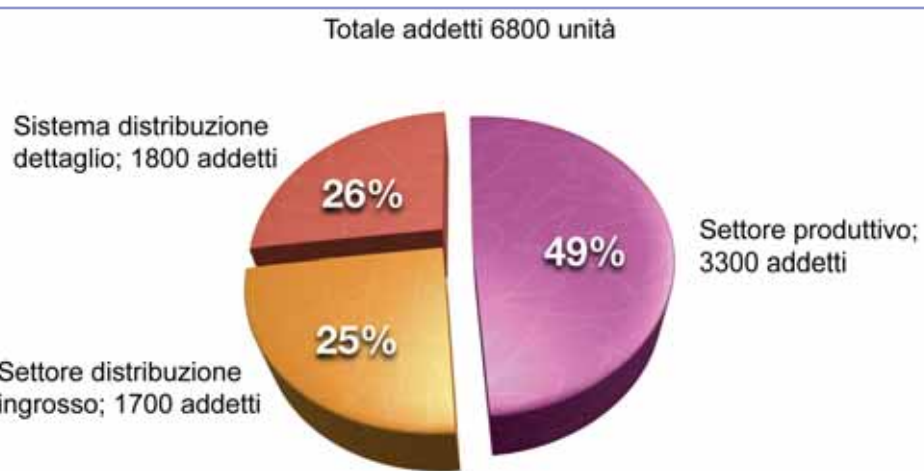


Tavola 1. Numero di addetti per comparto

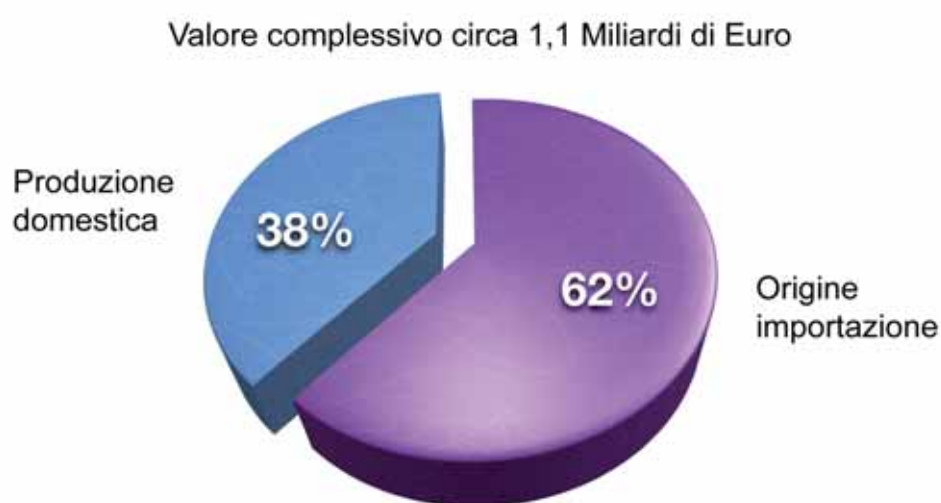


Tavola 2. Dati sul mercato finale

ai prodotti per i laboratori odontotecnici sembrano soffrire maggiormente la congiuntura in atto negli ultimi anni.

Si consideri che, nonostante la ricerca si fermi al 2006, recenti dati a disposizione di Key-Stone relativi allo scorso anno e al primo semestre 2008, continuano a segnalare un andamento positivo, seppur con un lieve rallentamento negli ultimi mesi.

## Implantologia e diagnostica i settori in forte crescita

In particolare, è l'implantologia a mostrare le migliori performances nell'ambito del consumo, mentre tra le apparecchiature, il mondo

della diagnostica, con la radiologia, si attesta come la famiglia maggiormente in crescita.

Per ciò che concerne l'implantologia, il tasso medio di crescita dal 2004 al 2006 si attesta intorno al 14% annuo, con un andamento costante e quindi di tipo strutturale.

Anche una recentissima ricerca, di prossima pubblicazione sulle pagine di *Italian Dental Journal*, dimostra come anche nel 2007 la tendenza continui ad essere assolutamente positiva, ciò è dovuto anche a un rapido aumento degli studi dentistici che utilizzano questa metodica.

Per ciò che riguarda la diagnostica, è soprattutto gra-

zie alla proposta dell'industria che il settore sta evolvendo. L'impatto delle tecnologie digitali, e quindi dei sensori, di panoramici di dimensioni e costi assai più contenuti rispetto al passato sta favorendo un forte miglioramento e modernizzazione degli studi dentistici italiani.

Ma ciò è dovuto anche alla straordinaria sensibilità e passione dei nostri dentisti, che non esitano a investire in nuove metodiche e tecnologie diagnostiche e terapeutiche nonostante le possibili incertezze rispetto agli sviluppi futuri della loro professione.

Roberto Rosso