



Mercato dentale nel 2014: un anno pigro e incostante

Materiali di consumo e attrezzature registrano una chiusura d'anno in lenta crescita, anche se distante dalle aspettative degli operatori del settore. Intanto si ridefiniscono i confini del mercato: dal manifatturiero puro al concetto di prodotto-servizio



► Roberto Rosso
Presidente Key-Stone

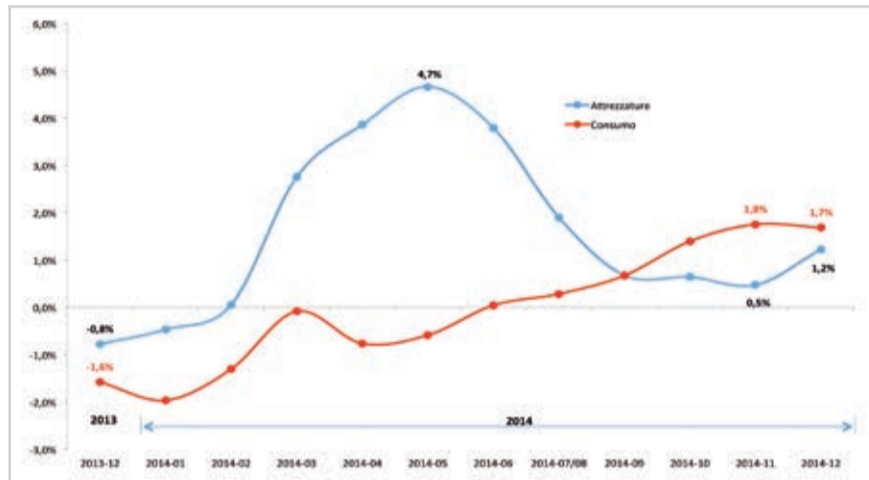
Un mercato in lieve recupero, quello dei materiali di consumo in Italia nel 2014, un business del valore di oltre 730 milioni, che include prodotti per lo studio dentistico, il laboratorio e l'implantologia.

La congiunturale di dicembre della ricerca Flash Sell-Out Analysis, conferma che il mercato dei consumi di dentisti e odontotecnici ha chiuso l'anno con un fatturato del +1,7% rispetto al 2013. Una crescita interessante considerando l'andamento del Paese, ma ben al di sotto delle aspettative degli operatori, e con un trend che ha vissuto un chiaro rallentamento nel mese di aprile, una piccola frenata che ha condizionato, probabilmente, il risultato finale. Di positivo va però notato che se l'anno 2013 aveva chiuso negativamente, con un -1,6%, questo esercizio ha invece fatto registrare un concreto cambio di tendenza, sia pur in una situazione stagnante, che dall'ormai lontano 2011 non riesce a vedere una ripresa decisiva.

Si noti nel grafico il trend mensile, ma calcolato su base annuale, che evidenzia con la linea rossa proprio l'andamento del business del consumo, ricordando che tale mercato è fortemente condizionato dai consumi oggettivi dei dentisti, quindi dalla domanda di prestazioni odontoiatriche da parte dei pazienti-utenti.

Nel calcolo delle tendenze alcune grandi categorie possono avere andamenti differenti. Il consumo delle diverse famiglie di prodotti dello studio dentistico ha avuto un andamento abbastanza omogeneo, anche se le prime proiezioni sembrano favorire l'area della profilassi e dell'endodonzia, il che è piuttosto coerente con le tendenze sociali in atto, per ciò che concerne la profilassi, e con un maggior "orientamento a conservare" tipico dell'endodonzia, il cui trend presenta spesso una correlazione inversa alla tendenza dell'implantologia.

Proprio in merito all'implantologia, l'analisi del mercato evidenzia una situazione di lieve crescita in termini di unità vendute, ma in termini di valore il business segna un marcato decremento. Ciò è essenzialmente dovuto a una progressiva riduzione dei prezzi medi e, in parte, da una sorta di "cannibalizzazione" di questo business da parte delle elaborazioni Cad-Cam (per la realizzazione di abutment e strutture sovra implantate), che su un altro fronte fanno decisamente



► Trend mensili su base annua del comparto dentale in Italia nel 2014

crescere il mercato. Nell'analisi dei positivi consumi del laboratorio, infatti, dobbiamo tener presente che, a fronte di un calo abbastanza evidente per i prodotti atti alla fabbricazione di protesi tradizionale, si manifesta una crescita a due cifre dei prodotti in qualche modo connessi con le nuove tecnologie, Cad-Cam in particolare.

Anche nell'ortodonzia assistiamo a un fenomeno simile a quello del Cad-Cam, poiché nonostante i consumi dei prodotti tradizionali non siano in crescita, il fatturato del business aumenta in considerazione del forte incremento di domanda di allineatori estetici personalizzati che, di fatto, permettono al mercato di crescere grazie alla combinazione "prodotto-servizio" in luogo del solo "prodotto", con un notevole incremento del valore aggiunto per ogni caso trattato.

Bene quindi i consumi, ma più per l'aumentato valore dei prodotti che non per un effettivo aumento della domanda in termini di pazienti trattati. Gli investimenti in attrezzature, invece, hanno avuto una curva di crescita prima, con un picco a giugno al 4,7%, frenata poi in modo decisivo, coerentemente con l'indice di fiducia degli italiani registrato da Istat, che aveva avuto il suo massimo prima dell'estate 2014 per poi tornare a livelli insoddisfacenti.

Infatti il mercato delle attrezzature, come abbiamo già avuto modo di scrivere, non dipende dai consumi dei dentisti e degli odontotecnici ma dalla loro fiducia e motivazione a investire, dalla voglia di scommettere sul futuro, che per ora sembra scarsa, nonostante un dicembre lievemente migliore, che ha consentito all'anno di chiudere a +1,2%.

Roberto Rosso

FLASH SELL-OUT ANALYSIS NOTA METODOLOGICA

La ricerca Flash Sell-Out Analysis, che fornisce l'andamento mensile del mercato per varie categorie merceologiche, fa parte del sistema integrato di ricerche Dental Monitor ed è basato su un panel di distributori e fabbricanti al retail di oltre 300 milioni di euro, perfettamente rappresentativo dell'intero comparto. Lo studio di mercato della situazione congiunturale è un vero e proprio barometro delle tendenze mensili, misurate per i prodotti di consumo e delle attrezzature dello studio e del laboratorio, con un'ulteriore famiglia che è quella dell'implantologia.

La Flash Sell-Out Analysis è un prodotto Key-Stone. Per informazioni o per acquistare l'abbonamento mensile scrivere a sales@key-stone.it

Heraeus Kulzer
Mitsui Chemicals Group



Ligosan®
Per ridurre le
tasche periodontali.

Ligosan®

Doxiciclina 140mg/g in gel periodontale

Antibiotico locale per la moderna terapia della periodontite.

- **Per l'efficacia dimostrata:** Ligosan assicura una riduzione significativa della profondità delle tasche rispetto al solo SRP.
- **Per i 12 giorni di rilascio controllato:** Ligosan rilascia il principio attivo a concentrazioni e per un tempo sufficientemente elevati a contrastare la crescita batterica.
- **Per il duplice meccanismo d'azione:** Ligosan esercita un doppio effetto terapeutico, svolgendo sia un'azione antibatterica che antiinfiammatoria.

La salute orale nelle migliori mani.