

Implantologia: mercato in ripresa, ma ha perso quote

L'implantologia oggi si pratica nel 90% degli studi dentistici, ma il mercato è crollato con la crisi economica. Sebbene sia in ripresa, i numeri del «boom» del 2008 sembrano ancora davvero lontani

Sia in Europa sia negli Stati Uniti, fino al 2008 il mercato dell'implantologia era cresciuto notevolmente, trainando in molti casi tutto il settore dentale in direzione di un forte incremento. Poi, con la crisi economica, il segmento ha cominciato a marcare un certo declino, spesso mostrando tendenze negative. L'impatto della crisi economica ha colpito le abitudini delle persone, costringendo i consumatori a rivedere le loro pri-

orità, considerando quelle alla loro portata, anche per quanto riguarda le spese sanitarie. Spesso i pazienti hanno preferito soluzioni più convenienti o hanno rinviato i trattamenti. In taluni casi i dentisti hanno quindi dovuto adattarsi a questa tendenza di riduzione dei costi, al fine di soddisfare le esigenze dei loro pazienti per poter continuare a operare perseguendo il loro duplice obiettivo: assicurare terapie e soluzioni adeguate per il pa-

ziente da un lato, mantenere il proprio fatturato e la salute del conto economico dello studio dall'altro.

La grande crescita durata fino al 2008 e la successiva recessione hanno riguardato in modo particolare l'Italia, così come dimostrano le ricerche periodiche Key-Stone: la *Flash Implant Analysis* realizzata in collaborazione con le principali aziende di implantologia operanti nel nostro paese e la *OmniVision*, che ogni anno

misura le principali tendenze su un campione rappresentativo di studi dentistici.

L'evoluzione dell'offerta

Lo studio *OmniVision* è in fase di implementazione per l'autunno 2014, ma attraverso la comparazione di alcune edizioni precedenti – l'ultima delle quali del 2013 – è possibile innanzitutto notare come l'offerta di riabilitazioni su impianti riguardi una percentuale

di gran lunga superiore a quella degli anni «pre-crisi». Sono ormai infatti quasi il 90% gli studi dentistici che propongono implantologia direttamente nella propria struttura, contro meno del 70% prima del 2009, anno nel quale per la prima volta il comparto ha subito una ricaduta negativa dovuta alla situazione congiunturale internazionale.

Osservando i periodi estremi sotto analisi (grafico 1), da un lato il 2007 e dall'altro il 2013, possiamo misurare in oltre il 40% l'incremento di strutture che praticano implantologia e, considerando a latere il fisiologico progressivo aumento del numero dei dentisti e degli studi nel tempo, possiamo affermare che nell'arco di pochissimi anni la pratica dell'implantologia è ormai largamente diffusa. Ne consegue un minor peso della specializzazione e una minore distinzione tra gli studi, anche agli occhi dei pazienti. A ciò si aggiunga la comparsa di nuove forme di offerta odontoiatrica organizzata, che spesso promuove con mezzi di comunicazione di massa proprio l'implantologia, a volte associandola a politiche di prezzo aggressive.

Questo aumento di studi dentistici che propongono implantologia, proprio in una fase di recessione della domanda, ha inevitabilmente condotto verso un inasprimento del sistema competitivo tra professionisti e, ovviamente, a una drastica riduzione della media pazienti trattati in ogni singola struttura, con un conseguente impatto sul comportamento dei dentisti anche in merito al processo di scelta e alle aspettative rispetto ai propri fornitori di impianti (vedi articolo pubblicato sull'ultimo numero di *Italian Dental Journal* – nr. 8, ottobre 2014).

L'oggettiva recessione dell'implantologia

Proviamo ora ad analizzare l'andamento del mercato mi-

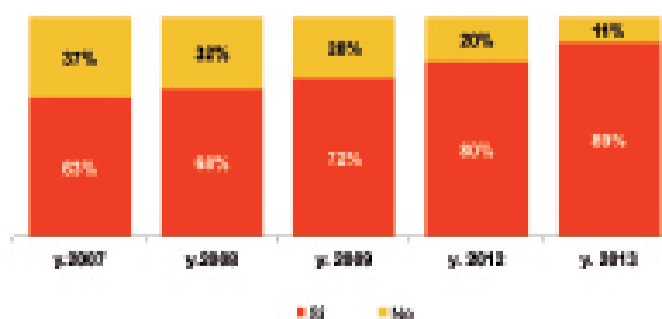
surandolo in modo oggettivo e non solo attraverso il percepito dei dentisti.

La più affidabile modalità di misurazione disponibile a oggi è la *Flash Implant Analysis*, un panel di 12 fabbricanti, mediamente molto importanti, il cui numero complessivo di impianti venduti in Italia supera abbondantemente il mezzo milione di pezzi ogni anno. Si tratta quindi di un campione affidabile, sufficientemente stratificato per essere considerato rappresentativo. Poiché però copre poco meno del 50% del mercato globale, i suoi trend devono essere valutati come fortemente indicativi dell'andamento del settore ma non esattamente corrispondenti ai trend del mercato sotto il profilo numerico. I valori presentati nel grafico 2 potrebbero quindi contenere un certo errore statistico, secondo simulazioni effettuate da Key-Stone, pur rispettando gli andamenti dei flussi generali del business, che sono oggetto di questo contributo.

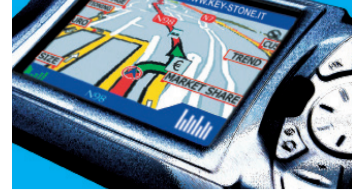
Da un punto di vista quantitativo, dopo una caduta dell'implantologia nel 2009, il mercato degli impianti ha poi avuto un andamento a fisarmonica, con un recupero a cavallo tra il 2010 e il 2011, per poi subire una ben più grave crisi nel 2012, una recessione il cui recupero sembra ancora lontano. La fotografia è emersa dai risultati dalla ricerca *Flash Implant Analysis* che misura questo mercato in Italia dal 2007.

Il fatto che ci sia stato un pronto recupero del primo calo del 2009, si spiega abbastanza facilmente col fatto che la crisi e l'immediata sfiducia degli italiani hanno determinato soprattutto una sospensione degli investimenti da parte delle famiglie e una procrastinazione delle cure. Essendo questo primo freno originato soprattutto da una reazione psicologica, ha avuto una durata piuttosto breve e l'immediata ripresa del mercato è senza dubbio

> L'IMPLANTOLOGIA NEGLI STUDI DENTISTICI ITALIANI



> Grafico 1: nel 2013 quasi tutti gli studi dichiarano di praticare l'implantologia, eventualmente con l'ausilio di collaboratori esterni



da considerarsi come fosse un "rimbalzo tecnico".

Ben diversa la situazione generata nel 2012, che ha visto un Paese in recessione vera, tagli economici e maggior pressione fiscale a causa della ben nota problematica del posizionamento dell'Italia nella compagine europea e della speculazione internazionale sui titoli di stato.

Questa situazione e la sfiducia collettiva, inasprita anche dalle dure misure adottate dal governo Monti, hanno avuto una ripercussione seria sui consumi che, ancora oggi, non si sono più ripresi.

Il fenomeno a cui stiamo assistendo – e di cui abbiamo già pubblicato su Italian Dental Journal – è un "rallentamento della riduzione", ma non si può ancora parlare di un vero recupero: i numeri del 2008 sembrano ancora davvero lontani.

Un recupero che non consente di tornare ai volumi pre-crisi

Analizziamo quindi nello specifico i dati puntuali del panel *Flash Implant Analysis*. La linea rossa si riferisce al trend trimestrale del mercato su base annua (sono i dati di 12 mesi che scorrono nel tempo comparandosi con lo stesso periodo dell'anno anteriore): questi dati di tendenza riflettono quanto spiegato poco sopra in merito alle tendenze trimestrali verificatesi nel periodo analizzato. La linea blu si riferisce invece all'andamento del mercato usando come base fissa il suo anno migliore, ovvero il 2008. È molto importante poter valu-

tare l'andamento dei consumi di impianti rispetto a una base fissa, poiché a volte le tendenze congiunturali possono trarre in inganno. Si osservi in particolare nel grafico come anche se durante il 2013 i trend vadano migliorando, questi rimangono negativi, sia pur leggermente, e quindi non fanno che peggiorare il dato complessivo.

Per comprendere meglio l'informazione cerchiamo di capire la differenza tra i trend periodici e quelli su base 2008. Chiaramente i due valori sono identici a fine 2009, anno nel quale il numero di impianti collocati inizia la sua discesa e il recupero del 2010, come si può osservare, non è sufficiente a riconquistare le quantità del 2008. Nel 2011 il mercato ha segno leggermente positivo e i volumi totali raggiungono quasi quelli del 2008. A partire dall'anno seguente, però, osserviamo la vera crisi del settore con un 2012 a -13% alla fine del primo semestre, con una successiva lunga fase che potremmo chiamare di "rallentamento della decrescita".

Il recupero lento cui stiamo assistendo dal 2013 non è quindi ancora sufficiente a tornare ai vecchi volumi del mercato. Possiamo oggi affermare che i volumi utilizzati dai dentisti italiani sono inferiori a quelli del 2008 di almeno il 12% circa, con una proiezione a fine anno che sembra veder migliorare lievemente la situazione. Ma siamo di gran lunga lontani dal numero di impianti degli anni pre-crisi.

Roberto Rosso

ANDAMENTO DEL MERCATO ITALIANO DEGLI IMPIANTI DENTALI

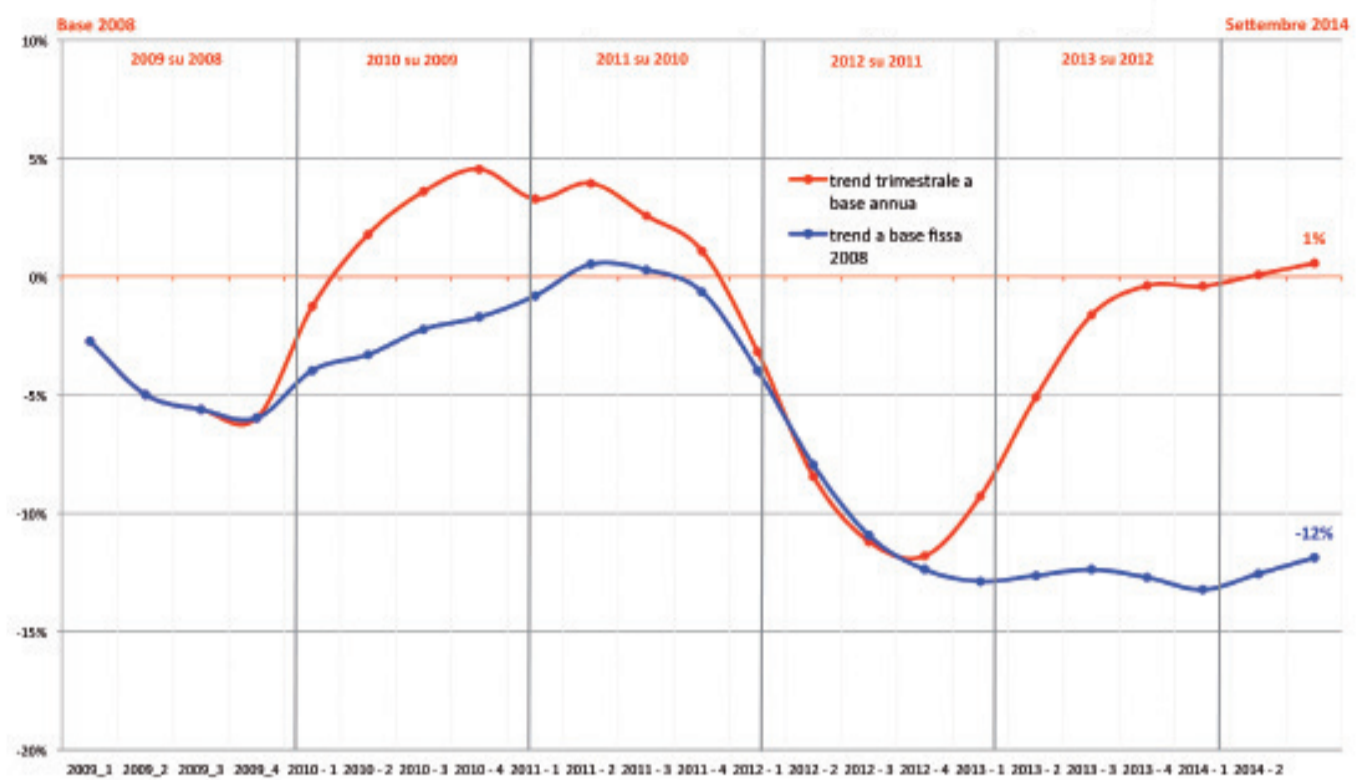


Grafico 2: tendenze del mercato degli impianti in quantità (panel Key-Stone)

LA RICERCA OMNIVISION MONITORA IL SETTORE

OmniVision di Key-Stone è un tipo di ricerca "omnibus" e che pertanto, come i mezzi pubblici, passa ad orari stabiliti, è aperta a tutti, si paga solo per il tragitto che si vuole effettuare e la spesa è condivisa: in questo modo aziende, associazioni o enti sono in grado di inserire nella ricerca anche singole domande, utili quando si hanno esigenze di conoscenza specifiche e circostanziate. Alcune informazioni fisse della rilevazione sono comuni a tutti i clienti; ognuno poi può aggiungere delle domande ad hoc al questionario. OmniVision di Key-Stone è un sistema di analisi molto utile per comprendere gli andamenti dello studio dentistico e l'opinione dell'odontoiatra. Si basa su interviste a dentisti e viene sviluppata periodicamente (ripetuta su campione a rotazione) per poter realizzare le più opportune analisi di confronto dei trend.

Argomento di ricerca è soprattutto l'andamento percepito del mercato e del business dello studio, gli acquisti e la copertura e le performance dei marchi principali, dei quali si valuta anche la relativa soddisfazione e il comportamento di scelta. L'analisi è realizzata in generale sui prodotti di consumo e, parallelamente, in segmenti specifici a rotazione nelle diverse edizioni.

Esistono due ambiti principali di ricerche OmniVision: **OmniVision Clinic** per comprendere la realtà degli studi dentistici (focalizzata nell'edizione dell'autunno 2014 sull'implantologia e sulle tecnologie Cad-Cam chairside) e **OmniVision Labo**, un'indagine condotta tra gli odontotecnici, particolarmente focalizzata sulle produzioni Cad-Cam, in programma per dicembre 2014.

(Per informazioni: ufficiostampa@key-stone.it)

KEY-STONE
Marketing research and consulting