

Home > Approfondimenti > Attualità > Depositi: cala il mercato, in crisi soprattutto le attrezzature

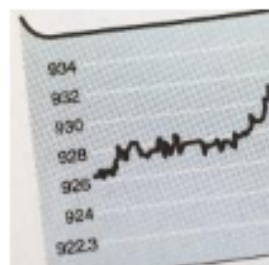
LA FLESSIONE VIENE MESSA IN RELAZIONE CON UNA DIMINUIZIONE DEI PAZIENTI NEGLI STUDI | GdO
2012.10.4-5

| 18 Settembre 2012 |

Depositi: cala il mercato, in crisi soprattutto le attrezzature

I dentisti e i laboratori odontotecnici italiani continuano a comprare sempre meno dai depositi italiani a conferma come siano ancora in calo i pazienti che richiedono cure e protesi. A sottolinearlo è Roberto Rosso presidente Key-Stone.

Norberto Maccagno



I dentisti e i laboratori odontotecnici italiani continuano a comprare sempre meno dai depositi italiani a conferma come siano ancora in calo i pazienti che richiedono cure e protesi. A sottolinearlo è Roberto Rosso presidente Key-Stone, che ha recentemente organizzato la prima Dental Monitor Convention, presentando alle principali aziende produttrici e ai maggiori depositi dentali italiani le ultime metodologie di analisi e misurazione del mercato dentale e anticipando una panoramica dei primi dati del semestre appena concluso.

Prodotti di consumo

"Abbiamo appena concluso il primo report della Sell-Out Analysis, dopo tre anni di messa a punto del metodo e di raccolta, codifica e classificazione degli articoli"

spiega Rosso. "I dati illustrati mostrano un valore a sell-out del mercato dei prodotti di consumo di circa 319 milioni (esclusa la vendita diretta in alcune categorie merceologiche), con un trend in leggera crescita (+0,7%)". A registrare le migliori performance sono le famiglie di prodotti dell'anestesia (+5,1%), chirurgia (+3,2%) e igiene e disinfezione (+3,1%).

I trend negativi si registrano soprattutto per i prodotti di consumo della radiologia (-6,9%), che però costituiscono una quota limitata del mercato e per i prodotti di restaurativa (-1%) che da soli rappresentano il 26% del mercato.

Non diversi i dati di sell-in, che mostrano un andamento simile: il mercato indiretto globale vede un trend positivo del +1,5%.

Dati positivi se si pensa alla situazione economica attuale.

Ma i valori del 2012 portano il settore dentale nella situazione di crisi economica globale che sta toccando l'Europa. La comparazione tra il sell-out cumulato del primo semestre 2012 con il periodo equivalente dell'anno scorso mostra una tendenza negativa piuttosto marcata (-3,7%), determinata soprattutto dalle attrezzature (-11,3% considerando sia attrezzature studio sia laboratorio).

I prodotti di consumo registrano un -1,1% al sell-out e un andamento decisamente più negativo al sell-in, frutto di una marcata politica di riduzione delle scorte da parte dei depositi dentali.

"Quello delle attrezzature" spiega Rosso "è il dato più preoccupante. Questo indica che dentisti e odontotecnici hanno una visione grigia del futuro, e preferiscono non investire. Ma il mercato delle attrezzature è determinante sull'intera economia del settore in quanto è quello che permette ai depositi dentali di avere liquidità per poter investire in scorte. Questo porta una inevitabile stagnazione del mercato".

Il nuovo metodo

L'elaborazione dei dati avviene attraverso l'analisi del sell-in (vendite ai depositi dentali), che è condizionata dalle politiche di stock del dealer e di push del fabbricante e non tiene conto delle vendite incrociate tra distributori e dell'asincronicità tra le forniture ai depositi e le effettive vendite al cliente finale.

"Questi fattori" spiega Rosso "tendono a mostrare maggiori distorsioni quando il settore cambia rapidamente, come per il dentale in questi anni, con una modifica nelle dinamiche del rapporto acquisti/vendite - nel solo 2009 la riduzione delle scorte è stata di oltre il 5% -, delle logiche di prezzo e di scontistica dei rapporti import/export". Per queste ragioni si è ritenuta non più sufficiente una valutazione a valore della domanda finale basata sulle vendite di sell-in e si è messo a punto un nuovo modello, attraverso un panel rappresentativo di depositi dentali e la classificazione dei prodotti, per singoli articoli e per famiglie.