



Il settore dentale italiano e il suo peso in Europa

Il mercato dentale italiano è ampiamente sviluppato e ha raggiunto livelli di saturazione. Nell'implantologia, in rapporto alla popolazione, l'Italia è addirittura il primo mercato al mondo



► Roberto Rosso
Presidente Key-Stone

Come è ormai noto, l'Italia si colloca al secondo posto in Europa nel mercato dentale, dopo la Germania e davanti alla Francia. La classifica ufficiale viene resa nota ogni anno dall'Adde (Associazione dei depositi dentali in Europa), frutto di una ricerca annuale svolta grazie alla collaborazione delle principali associazioni del settore e, in Italia, di Ancad, che partecipa attivamente a questo progetto da molti anni, affidando a Key-Stone la raccolta, elaborazione e stima dei dati italiani. Una stima peraltro sempre più affidabile grazie allo studio di settore Unidi, divenuto ormai un vero e proprio monitor dell'evoluzione del comparto.

Per "mercato dentale" si intende l'insieme di prodotti e apparecchiature professionali destinate a dentisti e odontotecnici, con l'esclusione dei prodotti per l'igiene orale destinati ai pazienti. E l'informazione relativa all'Italia è particolarmente affidabile soprattutto nel settore del consumo (inclusa l'implantologia), poiché le stime provengono da ricerche approfondite di Key-Stone basate sul sell-out. Il mondo delle attrezzature viene invece stimato principalmente grazie allo studio

di settore Unidi, in attesa che anche i fabbricanti di questo ambito possano riunirsi in panel di raccolta e analisi dei dati di mercato, come avviene da un decennio nel settore consumo. Osservando i dati della tabella 1 è subito evidente come la dimensione del business dentale sia abbastanza connessa con il peso di ogni paese in termini di popolazione ed economia globale. Ed è interessante confrontare il mercato dentale di ogni singola nazione con il suo prodotto interno lordo (Pil) (fig. 1 a pag. 9), per valutare come alcune di queste abbiano un differente sviluppo del settore rispetto al potenziale economico generale.

Naturalmente l'economia generale del paese è uno spunto non esaustivo per comprenderne appieno le potenzialità nel settore specifico del dentale, ma in genere questo parametro aiuta a comprendere quando un settore ha ancora possibilità oggettive di sviluppo.

Da questa analisi di base, descritta nel grafico, si può immediatamente notare che l'Italia, in termini puramente macroeconomici, sembra presentare una sorta di saturazione del dentale, un mercato apparentemente maturo e che difficilmente potrà mi-

gliorare il suo peso rispetto a quello del prodotto interno lordo. Di fatto quando la barra del dentale è ridotta rispetto a quella del Pil, ci sono ancora teorici spazi di crescita in un'ottica di omogeneizzazione del mercato in Europa. Al contrario, quando è prevalente quella del dentale, significa che il mercato è molto più sviluppato della media e, probabilmente, ha minori potenzialità di ulter-

riore crescita.

Questo è, ad esempio, il caso della Germania: il dentale europeo è infatti influenzato da una sorta di "ipertrofia" del dentale tedesco, da sempre straordinariamente sviluppato. Ma ciò non toglie che per alcuni paesi, come la Spagna e il Regno Unito, i margini di crescita, una volta usciti dalla situazione recessiva in atto, non possano che essere considerati positiva-

mente.

Relativamente al mercato inglese, occorre specificare che il minor tasso di sviluppo è dovuto al fatto che l'odontoiatria è stata fino a poco tempo fa quasi esclusivamente pubblica. I dati più recenti ci dicono infatti che il 98% dei bambini e il 78% degli adulti sono curati in strutture pubbliche, e solo il 42% della spesa odontoiatrica è nel privato. La recente

apertura normativa, che consente agli odontoiatri di operare sia nel pubblico che nel privato, ha reso maggiormente dinamico il mercato, ma nel complesso un paese con una forte componente pubblica comprime il valore del mercato di prodotti e attrezzature.

Questa sorta di sillogismo tra peso del pubblico (o della copertura assicurativa) e sviluppo del mercato in ter-

MERCATO DENTALE EUROPEO 2012

Germania	2.270
Italia	1.049
Francia	1.034
Spagna	472
Regno Unito	424
Paesi Bassi	240
Austria	187
Belgio	120
Svizzera	120
Svezia	110
Danimarca	58
Repubblica Ceca	54
Ungheria	34
Irlanda	16

► Tab 1: valore (in milioni di euro) del mercato dentale nei diversi Paesi. Polonia non rilevata. Sono esclusi software di gestione (dato non disponibile per tutti i paesi)

IDI EVOLUTION È A KM ZERO.

Tutto per l'implantologia evoluta in un'unica azienda italiana.

Patented

TMM2[®] MOTORE CHIRURGICO INTELLIGENTE

DOUBLE[®] GUIDE CHIRURGIA COMPUTER GUIDATA

30°

Patent Pending

MAD[®] MICRO ANGLE DETECTOR

T2VIEW[®] SOFTWARE PER ARCHIVIAZIONE DATI INTRAOPERATORI

IDI4[®] IMPLANTOLOGIA A CARICO IMMEDIATO

SORRIDI[®] SERVIZIO CAD CAM COMPLETO CON PRODUZIONE

SCEGLI IDI EVOLUTION PERCHÉ È L'UNICA AZIENDA ITALIANA IN GRADO DI FORNIRE:

diagnosi ossea intraoperatoria, valutazione della stabilità primaria complessiva dell'impianto, software di archiviazione dati intraoperatori, cartella clinica digitale, procedura assistita di incorporazione impianti a carico immediato, chirurgia computer guidata, il rivoluzionario brevetto MAD per la rilevazione intraoperatoria dell'angolo implantare, scanner intraorale per le impronte digitali, protesi individualizzate, reparto cad-cam, gamma implantare dedicata alle diverse tipologie ossee e componentistica protesica completa con produzione interna certificata secondo i più alti standard qualitativi.

SCOPRI COME SU IDIEVOLUTION.IT OPPURE CHIAMANDO AL **039/6908176** O SCRIVENDO A INFO@IDIEVOLUTION.IT

Engineered by





► Tab. 2: incidenza delle categorie di prodotto rispetto al valore complessivo del mercato di ciascun Paese (valori in milioni di euro e percentuali)

mini di valori nonostante un minor tasso di popolazione assistita, è una costante verificata in tutti i paesi. Di fatto, all'aumentare del peso dell'odontoiatria privata si riduce, in modo selettivo, la

percentuale di popolazione assistita ma si usano prodotti e si realizzano prestazioni di maggior valore aggiunto e con più investimenti anche in strutture e tecnologie da parte dei dentisti.

Incidenza e peso delle categorie di prodotto
Per comprendere meglio quali sono i segmenti di mercato maggiormente sviluppati, l'analisi è stata approfondita sui primi cinque

paesi, al fine di valutare il peso delle grandi famiglie di prodotto.

Nella tavola comparativa delle principali nazioni (tabella 2), seguendo la classificazione proveniente da Adde, possiamo quindi effettuare alcune considerazioni relative alla composizione del business guardando quanto incide ogni singola categoria di prodotto rispetto al valore complessivo del mercato di ciascun paese.

La prima evidenza riguarda, così come già noto per gli addetti del settore, il forte peso dell'implantologia in Italia e in Spagna, il cui valore è di gran lunga superiore a quello della Francia, anche se purtroppo con tendenze inverse, dato che l'implantologia in Francia è in pieno sviluppo mentre in Italia e in Spagna risente di una cer-

ta contrazione dei consumi e di una riduzione dei prezzi medi.

Peraltro, l'implantologia in Italia gode di una forte considerazione tra dentisti e pazienti. Secondo la Società italiana di implantologia osteointegrata (Sio), nella nostra penisola vengono inseriti oltre un milione di nuovi impianti dentali l'anno. Da recenti studi Keystone è dimostrato che ogni anno gli impianti realizzati sono ormai quasi 1,4 milioni a fronte di circa 900.000 interventi. In rapporto alla popolazione l'Italia è il primo mercato al mondo: ad esempio negli Usa a fronte di una popolazione cinque volte più vasta, si fanno "solo" 1,6 milioni di impianti l'anno; e il Regno Unito, per contro, ne conta appena 70 mila. Un settore da noi molto supportato anche

PRINCIPALI PAESI EUROPEI	GERMANIA	ITALIA	FRANCIA	SPAGNA	UK
CONSUMO STUDIO, LABORATORIO E ORTODONZIA	1.256	510	586	228	310
ATTREZZATURA STUDIO E LABORATORIO	503	290	229	74	68
IMPLANTOLOGIA	320	224	161	163	43
SERVIZI POST VENDITA	191	25	58	7	8
TOTALE MERCATO	2.270	1.049	1.034	472	429
PESO CATEGORIA PER PAESE	GERMANIA	ITALIA	FRANCIA	SPAGNA	UK
CONSUMO STUDIO, LABORATORIO E ORTODONZIA	55,3%	48,6%	56,7%	48,3%	72,3%
ATTREZZATURA STUDIO E LABORATORIO	22,2%	27,6%	22,1%	15,7%	15,9%
IMPLANTOLOGIA	14,1%	21,4%	15,6%	34,5%	10,0%
SERVIZI POST VENDITA	8,4%	2,4%	5,6%	1,5%	1,9%
TOTALE	100%	100%	100%	100%	100%

Aria

www.geass.it



Spazio ai tessuti molli

way Milano



Per un risultato estetico che soddisfi anche i pazienti più esigenti, oggi c'è Aria, la linea di componenti protesiche che consentono alla gengiva di esprimere tutte le sue potenzialità di rimodellamento e crescita, affinché i tessuti molli perimplantari siano più stabili e belli.

Aria è stata studiata per Way Milano, il sistema implantare Geass che eleva l'estetica ad arte.



DA DENTAL TREY A SWEDEN&MARTINA FONDAZIONE CASTAGNOLA CAMBIA SPONSOR

«Dopo molti anni, per problemi contingenti e per difformità di vedute, il connubio tra Fondazione Castagnola e Dental Trey cesserà al termine del 57° corso ma la Fondazione continuerà il suo percorso scientifico per rispetto e in nome del maestro che con onestà, giustizia e umanità, spese buona parte della sua vita per innalzare il livello dell'odontoiatria italiana in momenti di grande involuzione scientifica». Sono queste le parole con cui **Nicola Perrini**, presidente della Fondazione, ufficializza la fine del supporto economico di Dental Trey alle attività scientifiche e culturali dell'associazione. Il nuovo maior sponsor sarà l'azienda Sweden&Martina, che inizierà la propria collaborazione con il 58° corso in programma il **7 e 8 marzo 2014** sul tema della gestione dei tessuti molli in implantologia. Il 59° corso è si terrà invece il **10 e 11 ottobre 2014** e si occuperà delle novità in tema di preparazione e otturazione del sistema dei canali radicolari.

«Il mio ringraziamento – ha dichiarato Perrini – va alla ditta Dental Trey, sponsor per molti anni della Fondazione, che ha curato l'organizzazione dei corsi con impegno e professionalità e anche alle numerose aziende che in questi anni si sono affiancate allo sponsor maior e che costantemente hanno contribuito a che l'insegnamento avvenisse gratuitamente secondo le direttive del professor Castagnola. Un particolare ringraziamento va ai dottori Sandro e Alberto Martina che, in un momento estremamente delicato per l'odontoiatria italiana, hanno voluto dare un segnale positivo di fiducia appoggiando una istituzione meritoria dell'odontoiatria italiana quale è la Fondazione "Prof. Luigi Castagnola"» ha concluso il presidente.

Il successo che ha sempre accompagnato i corsi della Fondazione va ricercato nella prevalente impostazione clinica-biologica svolta dai più bei nomi dell'odontoiatria italiana e da eminenti ricercatori stranieri fornendo un aggiornamento completo in tutte le branche dell'odontoiatria; particolarmente meritori sono stati, a tal fine, i corsi svolti dalle più importanti società scientifiche italiane.

A. P.



► Nicola Perrini