

# Berrutti: «Il fil rouge dell'edizione 2014 di Expodental è il mondo digitale»

« pagina 1

Abbiamo pensato a un layout nuovo che vedrà un padiglione completamente ridisegnato suddiviso per target di visitatori (odontotecnici, odontoiatri e multitarget), dove si intrecceranno momenti di formazione, incontro ed esposizione. Il padiglione sarà poi attraversato da un ampio corridoio centrale che avrà l'obiettivo di agevolare l'accesso a ciascuna area tematica, contraddistinta da un colore specifico che darà il nome anche alle numerose sale workshop con pareti trasparenti che si alterneranno agli stand espositivi.

Il fil rouge della prossima edizione – osserva il presidente UNIDI – sarà il “mondo digitale” nelle sue diverse declinazioni: dall'esposizione delle

nuove tecnologie disponibili sul mercato, alla formazione sull'utilizzo di queste tecnologie in odontoiatria e odontotecnica. E ancora, dalla comunicazione attraverso internet e i social network, all'informazione in fiera attraverso i megaschermi, che sostituiranno i tradizionali annunci vocali (quasi sempre incomprensibili).

Particolare attenzione è stata data al comparto odontotecnico dove, grazie alla collaborazione con ANTL0, proponiamo un programma culturale intenso e innovativo grazie al “Laboratorio Odontotecnico 3.0”. Si tratterà dell'isola di lavorazione che avrà l'obiettivo di mostrare le fasi di realizzazione di lavorati e semilavorati odontoprotesici mediante l'utilizzo delle tecnologie digitali in continua evoluzione.

La vera novità di Expodental – osserva Berrutti – riguarda poi il DDS, il Digital Dentistry Show. Il primo evento europeo organizzato insieme a Dental Tribune International e dedicato esclusivamente alle tecnologie digitali applicate al settore dentale. Nell'area DDS sarà previsto anche un fitto programma di corsi e seminari in lingua inglese e italiana, aperto quindi a un pubblico internazionale. Sarà un “evento nell'evento” e la scelta di Milano ed Expodental come sede di questo importante appuntamento ci rende particolarmente orgogliosi.

Infine, #eccellenzadentale è il progetto di comunicazione avviato all'inizio del 2014 e che UNIDI ed Expodental hanno scelto per raccontarsi attraverso i propri protagonisti del dentale uti-



lizzando non solo il canale dei social network ma tutta la rete. Il percorso di #eccellenzadentale – conclude Berrutti – finisce in Expodental, che è il luogo dove il “virtuale” incontra il “reale”, all'interno dell'ampio spazio UNIDI».

## I valori 2014 di prodotti e attrezzature?

Allineati a quelli del 2007, secondo le stime della Key-Stone

■ Il mercato di prodotti e attrezzature dentali riflette, di fatto, due importanti parametri di valutazione dell'andamento degli studi odontoiatrici: i consumi e la fiducia.

Il consumo è strettamente correlato alla quantità e qualità delle prestazioni effettuate, le sue tendenze sono essenzialmente dovute alla quantità di materiale utilizzato, anche il prezzo di questi materiali incide nell'evoluzione delle tendenze, ma in questi anni di scarsa domanda i fenomeni inflattivi sono solo parzialmente influenti.

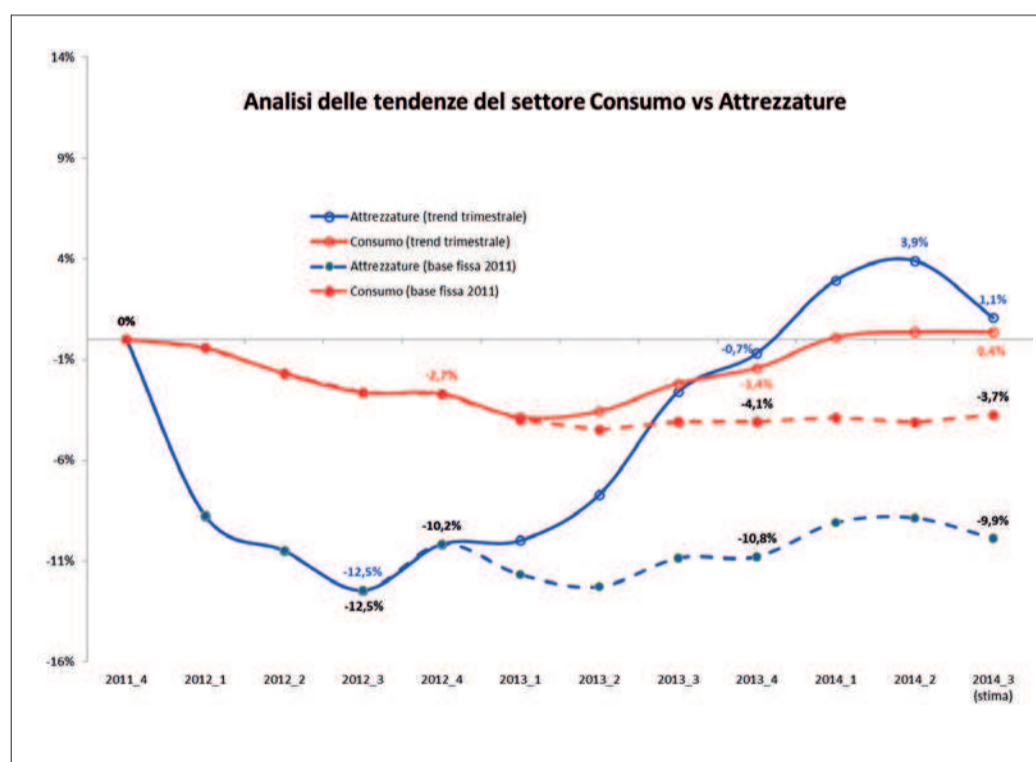
Il mercato delle attrezzature riflette invece gli atteggiamenti imprenditoriali degli operatori, che investono in tecnologie e arredi non solo a causa dell'oggettiva obsolescenza degli equipaggiamenti ma anche – forse soprattutto – sulla base del clima di fiducia che caratterizza l'orientamento alla spesa in beni strumentali.

Per quanto riguarda l'analisi dei trend, questi possono essere osservati da diverse prospettive, la più solida è senza dubbio la tendenza annuale, poiché include una massa notevole di business e risulta più affidabile di quella relativa a periodi inferiori. Per questo motivo i “trend trimestrali” prodotti in questo contributo si riferiscono sì agli andamenti trimestrali, ma su base annua, in pratica è una fotografia di cosa avviene ogni tre mesi confrontando gli ultimi dodici mesi su quelli precedenti.

A volte, la sola analisi delle tendenze, anche se su base annua, può trarre in inganno poiché non è detto che un periodo congiunturale positivo sia davvero sinonimo di recupero effettivo del business perduto in precedenza, per questo è interessante effettuare alcune valutazioni su “base fissa”, cioè misurando il mercato di un determinato periodo comparandolo con un determinato anno di partenza, che nel nostro caso è stato il 2011.

Il grafico mostra gli andamenti dei due fondamentali settori del dentale, quello dei prodotti di consumo e quello delle attrezzature, secondo due differenti punti di vista, quello del trend trimestrale (su base annua) e quello che prende come riferimento fisso il 2011.

Focalizziamoci inizialmente sul settore consumo e sui suoi trend trimestrali. Si noti come il mercato abbia avuto una fase di discesa (per la prima volta nella storia del dentale) nel 2012, con un piccolo negativo alla fine dell'anno che sfiorava il -3%. Successivamente abbiamo assistito ad una ripre-



sa che sia pur lenta possiamo definire strutturale, anche se questa piccola accelerazione sembra già esaurire la sua spinta ed il mercato nel 2014 sembra chiudere nuovamente a “crescita zero”; seguendo in modo piuttosto coerente l'andamento del paese.

Ma se osserviamo gli stessi dati su base storica, notiamo che rispetto al 2011 il mercato è inferiore del 4% circa quindi la “ripresina” alla quale abbiamo osservato durante il 2013, non è stata di fatto sufficiente a recuperare i vecchi volumi.

Per le attrezzature i trend sono generalmente più repentini, poiché i valori unitari delle transazioni sono molto più alti, quindi le vendite presentano maggior volatilità.

Anche in questo caso notiamo un 2012 terribile, con un calo che si è posto intorno al -12% a fine 2012. Successivamente abbiamo assistito ad una rapida ripresa, che ha portato i volumi fino al +4% del giugno 2014. Probabilmente attrezzature ormai obsolete sono state obbligatoriamente cambiate, ma anche il trend positivo dei consumi può

aver generato un atteggiamento più positivo che ha indotto a maggiori investimenti. A ciò dobbiamo aggiungere l'apertura di numerosi nuovi studi dentistici appartenenti a catene di odontoiatria commerciale.

Anche nel caso delle attrezzature stiamo però osservando un rapido rallentamento della crescita, che pur non originando ancora trend negativi fa presupporre un possibile nuovo periodo recessivo. Le previsioni, insomma, non sono ottimistiche.

Ma se osserviamo i volumi delle vendite di apparecchiature usando come base fissa il 2011, notiamo immediatamente come il fatturato ad oggi sia inferiore rispetto a quell'anno del 10%, la crescita del 2013 non è quindi stata sufficiente a recuperare il mercato che in termini assoluti si trova oggi ai livelli di diversi anni orsono. Secondo le stime Key-Stone i valori del 2014 sono infatti allineati a quelli del 2007.

Roberto Rosso

**today**

Editorial/  
Administrative  
Office  
Dental Tribune  
International GmbH  
Holbeinstraße 29  
04229 Leipzig  
Germany  
Phone  
+49 341 48474-302  
Fax  
+49 341 48474-173  
Internet  
www.dental-tribune.com

Publisher  
Director of Finance  
and Controlling  
Managing Editor  
Product Manager  
Production Executive  
Production  
Torsten Oemus  
Dan Wunderlich  
Daniel Zimmermann  
Claudia Salwiczek  
Gernot Meyer  
Matthias Abicht

Supplemento n. 2 di  
**DENTAL TRIBUNE Italian Edition**  
Anno X, n. 2 - Ottobre 2014

Direttore responsabile:  
**Massimo Boccaletti**  
Redazione italiana:  
**Tueor Servizi Srl**  
redazione@tueorservizi.it  
Ha collaborato:  
**Rottermaier - Servizi Letterari (TO)**

Stampa: **RDierichs Druck+Media GmbH**  
Frankfurter Str. 168,  
34121 Kassel, Germany

Pubblicità:  
**Tueor Servizi Srl Torino**

Il magazine e tutti gli articoli e le illustrazioni sono protetti da copyright. Qualsiasi utilizzo senza previo consenso del curatore o dell'editore è inammissibile e passibile di azione penale. Nessuna responsabilità deve essere assunta per le informazioni pubblicate su associazioni, aziende e mercati commerciali. Termini e condizioni generali si applicano, foro competente è Lipsia, Germania.

**dti** Dental  
Tribune  
International

**42° International  
Expodental**

**Consulta**

**DDS il PROGRAMMA**

» pagine 18 e 19

**Le AZIENDE PRESENTI**

» pagina 30

**Le PIANTINE della Fiera**

» pagina 31