

Bene la produzione e vola l'export, ma è allarme imprese

Troppo lenta l'uscita da un perdurante stato di stagnazione

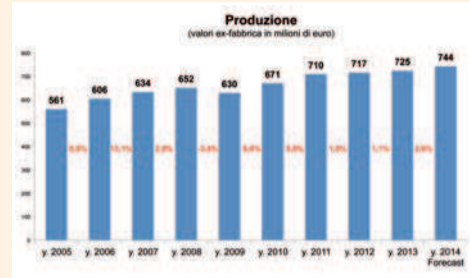
Il settore chiude in lieve crescita, ma i due terzi delle imprese sono in calo. Queste le evidenze dello studio di settore UNIDI realizzato dall'Istituto KEY-STONE, basato su un campione di 359 aziende (1,4 miliardi di euro ex-fabbrica).

La ricerca è stata presentata in anteprima nella mattina di sabato 23 maggio a Rimini, in occasione del congresso "Amici di Brugg". L'analisi, integrata con la congiunturale del primo quadrimestre 2015 della Sell-out Analysis® di KEY-STONE, mostra una lieve crescita nel 2014 e nel primo trimestre 2015, sia pur con molte incertezze: su forza e durata della ripresa, da un lato, e su capacità di resistenza delle imprese, dall'altro.

La produzione italiana manifesta un lento sviluppo: il comparto manifatturiero di dispositivi medici per odontoiatria vede ancora l'Italia come terzo produttore al mondo, in particolare nell'ambito delle attrezzature e arredi, con una crescita costante negli anni che ha risentito della crisi solo nel 2009, per poi riprendere il suo sviluppo, ma con tassi fortemente rallentati dalla riduzione della domanda interna. In Italia, infatti, è il settore degli investimenti in attrezzature ad aver maggiormente sofferto la situazione di crisi generalizzata.

Nel 2014 la produzione supera i 740 milioni di fatturato: la crescita del comparto produttivo ha raggiunto quota 740 milioni e – escludendo lo shock del 2009 che ha marcato un decremento intorno al -3,4% – ha subito solo nell'ultimo periodo un rallentamento di un trend, comunque positivo. Il fatturato complessivo è aumentato di un terzo in 10 anni, con un +3,2% di trend medio composto annuo (CAGR).

Si afferma il "made in Italy" nel mondo, ma solo per i più grandi: proprio la crisi del 2009, con la conseguente caduta della domanda interna, ha indotto un vero e proprio cambiamento nel modello di business dei fabbricanti italiani, che hanno parzialmente riconvertito la loro attività commerciale rivolgendosi maggiormente all'estero la propria attività con un trend di crescita dell'export del 5% nel 2014 e un peso dell'esportazione che si attesta a oltre il 60% della produzione. Un interesse per l'estero favorito dal forte



sviluppo del settore odontoiatrico in America Latina e nei principali Paesi asiatici, anche grazie al rafforzamento del dollaro americano, nonostante la situazione recessiva dei Paesi mediorientali a causa dei conflitti in atto. Ma un'analisi puntuale delle performance delle singole aziende consente di osservare come solo le imprese di maggiori dimensioni abbiano risultati positivi; il raggiungimento di massa critica è quindi fattore di successo e di selezione.

Consumo interno a 1,1 miliardi in lieve ripresa, ma il clima di sfiducia frena gli investimenti: a prescindere dal positivo andamento della produzione industriale, il mercato italiano – frutto dei consumi e degli investimenti di dentisti e odontotecnici – ha ottenuto un leggero incremento, calcolato intorno al +1,5% nel 2014 sul 2013. Dinamiche fortemente differenziate tra consumi e investimenti. I primi – vera variabile dipendente dall'accesso degli italiani alle cure odontoiatriche – non hanno mai subito un vero e proprio crollo; il mercato è andato in recessione soltanto nel 2012, per poi riprendere a crescere, anche se molto lentamente. Dopo il positivo andamento del mercato delle attrezzature, il cui acquisto è correlato in modo determinante al clima di fiducia



degli operatori e allo stato di obsolescenza delle tecnologie installate, si nota un nuovo progressivo calo degli acquisti di tecnologie e arredi, con una chiusura del 2014 a +1,2% e un primo trimestre 2015 nuovamente con segno negativo.

Produzione italiana e mercato interno, due diverse facce della stessa medaglia: riassumendo, ammonta a 1,4 miliardi di euro il prodotto lordo ex-fabbrica misurato dallo Studio UNIDI (produzione interna e vendite al canale distributivo, prima dell'intermediazione), con un settore produttivo in lieve crescita solo grazie all'export e un consumo interno ristagnante che favorisce soprattutto i dispositivi di importazione. Il comparto, nel suo complesso, ha vissuto una grave situazione congiunturale nel 2009, prontamente recuperata, ma la nuova crisi del 2012 è di natura più strutturale, con una crescita che stenta a decollare.

I due terzi delle aziende stanno marcando un calo del fatturato da almeno due anni consecutivi: il preoccupante indicatore emerge dalla ricerca KEY-STONE che, andando oltre il dato medio nazionale, ha voluto analizzare le performance individuali di ogni singola azienda. Anche se i trend di mercato dell'ultimo triennio sono di sostanziale ristagno, la composizione del business vede solo un terzo delle imprese in segno positivo. Il malessere imprenditoriale è quindi piuttosto diffuso e riguarda molte imprese del settore, che, nonostante le discrete performance della produzione, non riescono a risolvere il fatturato a causa della carenza di domanda interna.

Secondo Roberto Rosso, presidente dell'Istituto KEY-STONE, «la salute del settore si misura anche da quella dei suoi singoli operatori, il segno di lieve ripresa dei dati complessivi è estremamente concentrato in poche imprese e il perdurare di questa situazione potrebbe mettere a serio rischio numerose aziende che non riescono a intercettare questa debole ripresa».

La ricerca dimostra come le aziende con segno positivo non siano necessariamente le più grandi, mentre nell'esportazione la taglia dimensionale sembra essere un fattore critico di successo. «Ciò è dovuto – prosegue Rosso – ad alcune peculiarità del mercato dentale, che può essere considerato "multi nicchia", con numerosi mini comparti la cui natura industriale è fortemente diversificata, dal chimico, al farmaceutico, al micromeccanico ecc. Più importante della taglia dimensionale è quindi la focalizzazione e l'eccellenza nel proprio ambito, anche se per sostenere la crescita nei mercati internazionali occorrono organizzazioni sufficientemente dimensionate».

Fonte: Istituto KEY-STONE

Soddisfazione dell'UNIDI

A Brugg 14% di visitatori in più (in totale 16 mila presenze) rispetto al 2014

Si chiude con un incremento del 14% di visitatori rispetto all'anno scorso l'ultima edizione della fiera organizzata da UNIDI a Rimini in contemporanea con il Congresso degli Amici di Brugg. La manifestazione di quest'anno ha contato oltre 16.000 presenze complessive nei tre giorni di durata dell'evento, un risultato che premia l'impegno della segreteria organizzativa e conferma la pur lieve ripresa del mercato, come rilevato dall'ultima analisi di settore UNIDI presentata in fiera. UNIDI ha sfruttato l'edizione di quest'anno (che conclude la storica collaborazione con gli Amici di Brugg) come banco di prova per una serie di iniziative che caratterizzeranno il nuovo Exponential Meeting a partire dal 2016. Grande successo tra le aziende Italiane ha riscosso – insieme all'ICE (Istituto per il Commercio Estero) – l'organizzazione della visita in fiera di una folta delegazione di operatori esteri provenienti da Russia,

Georgia, Kazakistan e Azerbajjan.

La fiera di Rimini si è rivelata più che idonea a ospitare visitatori ed espositori esteri: si sono svolti oltre 300 incontri tra i delegati e le industrie italiane sia negli stand delle aziende sia nella International Business Lounge, appositamente predisposta da UNIDI per gli incontri B2B.

Fonte: UNIDI



Il marketing odontoiatrico? Necessario come respirare. Lo ribadisce Antonio Pelliccia in un'intervista a Dental Tribune

Antonio Pelliccia, docente all'Università Cattolica di Milano, reduce da un incontro diretto con il pubblico tenutosi giovedì 21 nel primo pomeriggio presso l'Area Incontri ad Amici di Brugg, durante il quale ha risposto alle domande del pubblico su marketing e management, ha precisato il suo pensiero in merito alle due aree di marketing e management, indispensabili per «farsi preferire».

Guarda la video intervista sul sito www.dental-tribune.com



OELLE, attraverso Marco Brady Bucci e Maria Sofia Rini, promuove le conoscenze medico legali indispensabili per lavorare con serenità

Incontro post congressuale di particolare interesse nel pomeriggio di sabato 23 ad Amici di Brugg, con Marco Brady Bucci e Maria Sofia Rini, rispettivamente presidente e segretaria nazionale OELLE (Accademia Italiana di Odontoiatria Legale), per la trattazione delle "Conoscenze medico legali indispensabili per lavorare con serenità".

Guarda la video intervista sul sito www.dental-tribune.com



Dall'Ufficio Studi ANDI "il punto" sull'attività professionale nella presentazione di Roberto Callioni

Introdotta dal Presidente Gianfranco Prada, il Past-President ANDI Roberto Callioni, nella sua veste di coordinatore dell'Ufficio Studi, ha svolto a Amici di Brugg una dettagliata disamina sull'andamento dell'attività professionale in Italia.

Leggi l'articolo sul sito www.dental-tribune.com

