

attualità

L'industria dentale tiene grazie all'export

Il fatturato 2008, presentato dall'Unione nazionale industrie dentarie italiane, fotografa un mercato della produzione che regge grazie all'esportazione. Se il 2009 ha segnato una caduta per la crisi, il 2010 si apre con una ripresa

di Claudia Testoni

Per il quarto anno consecutivo l'Unidi presenta a Rimini, durante il Congresso degli Amici di Brugg, l'analisi del mercato dentale dal punto di vista di produzione e distribuzione. L'anno considerato è il 2008 e questo potrebbe sminuire il valore dei dati presentati, invece permette di capire me-

Sono state contattate le aziende rappresentative del settore della produzione e della distribuzione, già prese in considerazione per le indagini degli anni precedenti, e ne sono stati analizzati i bilanci; di quelle al di sopra un certo fatturato sono state acquisite e studiate anche le relazioni di gestione. Oltre a que-

rispetto al 2007): di questi il 52% è impiegato nel settore produttivo (3300 addetti), il 30% nel sistema di distribuzione (1900 addetti) e il 18% nel sistema di distribuzione ingrosso (100 addetti). La produzione ha sviluppato nel 2008 un fatturato ex fabbrica pari a 609 milioni di euro (il 51% verso esporta-

no successivo del 5%: questo mostra come già nel 2007 il mercato cominciava a contrarsi. Per quanto riguarda i valori ex fabbrica, a registrare un risultato migliore sono le apparecchiature per dentisti (185 milioni di euro), seguite dai prodotti di consumo per lo studio (108 milioni di euro) e

Dal punto di vista dell'esportazione, i prodotti delle aziende nostrane che vendono più all'estero che in Italia sono quelli legati all'igiene e sterilizzazione (dove il 79% della produzione va all'estero), le apparecchiature per lo studio dentistico (viene esportato il 70%) e i prodotti di consumo per gli studi dentistici (64%).

Rispetto al 2007, conquistano posizioni di mercato i prodotti farmaceutici (+37,4%), le apparecchiature per odontotecnici (8,7%) e i prodotti per odontotecnici (8,3%). Penalizzati invece i prodotti per l'igiene e la sterilizzazione (-11,2%) e i radiografici (-6,3%).

Considerando le importazioni - i prodotti provenienti dall'estero comprati da dentisti e odontotecnici italiani -, il giro d'affari complessivo è di 393 milioni di euro, con un incremento rispetto al 2007 del 3,9%. Sono i prodotti di consumo a registrare il fatturato più alto (110,9 milioni di euro), seguiti dai prodotti per l'implantologia (94,8 milioni di euro) e dalle apparecchiature per dentisti (50,5 milioni di euro).

MADE IN ITALY?

Ma i dentisti e i laboratori odontotecnici italiani preferiscono il made in Italy o sono estero-fili?

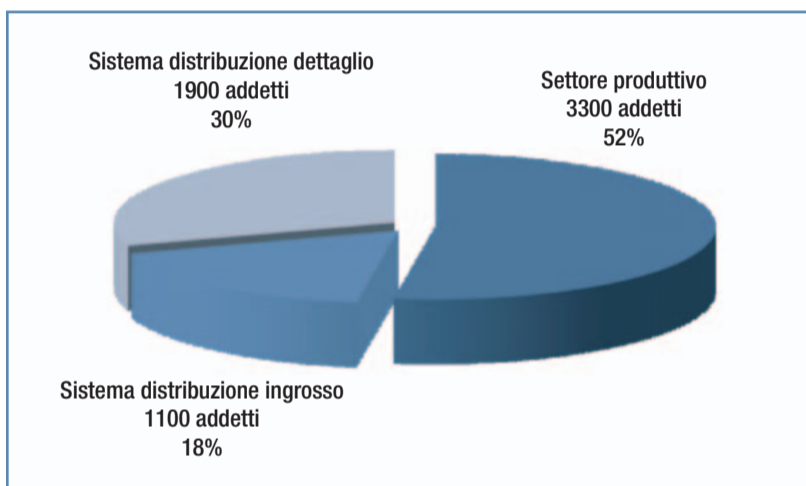
Dipende ovviamente dal prodotto, anche se, considerando il dato complessivo, possiamo dire che prediligono i prodotti provenienti dall'estero (63,5% sono le merci importate). "Questo dato" spiega Rosso "è dovuto a carenze strutturali delle nostre industrie in alcuni settori come quello chimico."

Si preferisce il prodotto nostrano per gli arredi e l'illuminazione (95% di quanto viene acquistato è italiano), i prodotti e le attrezzature per l'igiene e la sterilizzazione (59% quelli italiani), gli apparecchi per odontotecnici (55%) e quelli per dentisti (51%). Il materiale per ortodonzia (80% proviene da oltreconfine), quello per implantologia (73%) e i prodotti di consumo per dentisti (72%) sono quelli più importati.

QUALE FUTURO

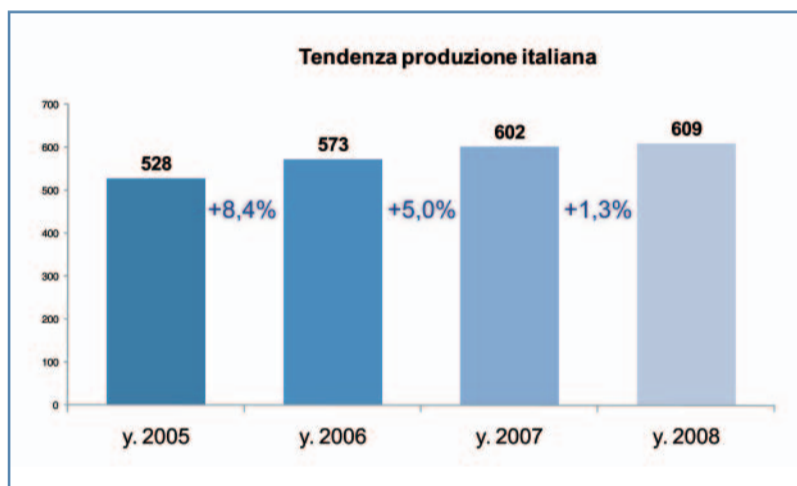
Se il 2009 segnerà un calo ancora più marcato (i dati saranno oggetto di analisi il prossimo anno), secondo Roberto Rosso è prevedibile un'inversione di tendenza nel 2010. Pur essendo solo indicativi, i dati riferiti ai primi quattro mesi di quest'anno fanno registrare per i prodotti di consumo una crescita delle vendite del +7%.

Grafico 1. Numero addetti per comparto



Nota: Gli addetti totali sono 6300 unità. Fonte: Rapporto Adde 2010

Grafico 2. Trend della produzione italiana



Nota: Trend annuo medio 2008/2005: +4,9%.

glio quando la crisi ha cominciato a interessare il settore dentale, in che termini e quali gruppi merceologici ha coinvolto per primi.

Il progetto intrapreso da Unidi in collaborazione con Key-Stone, società che si occupa di analisi di mercato e che da anni sviluppa ricerche anche nel settore dentale, punta ad analizzare il mercato, come hanno spiegato il presidente Unidi, Mauro Matteuzzi, e Roberto Rosso, presidente Key-Stone, dal punto di vista del fatturato delle aziende che producono e distribuiscono i prodotti in Italia, con l'obiettivo di monitorarne negli anni l'andamento.

sti parametri, sono stati valutati il fatturato di produzione o distribuzione e quello legato all'esportazione o importazione e i canali di distribuzione utilizzati per immettere sul mercato i prodotti. Per la vendita nazionale è ricercata e quantificata la tipologia: se in forma diretta o tramite depositi dentali.

IL MERCATO

Per capire il mercato si deve partire dalla fotografia della forza lavoro del settore. 6300 gli addetti (il numero rimane invariato

zione) e a 1170 milioni di euro considerando le vendite al consumatore finale (dentista o laboratorio odontotecnico), assorbiti in prevalenza (64%) dalla produzione domestica.

Il mercato della produzione tiene rispetto al 2007, segnando un +1,3%, ma riesce a trovare il segno positivo solo grazie alle esportazioni, visto che il mercato interno segna un -0,3%, mentre l'export un +2,8%. Considerando il quadriennio 2004-2008, il mercato interno segna un +3,7%, quello verso l'estero un +6,1%.

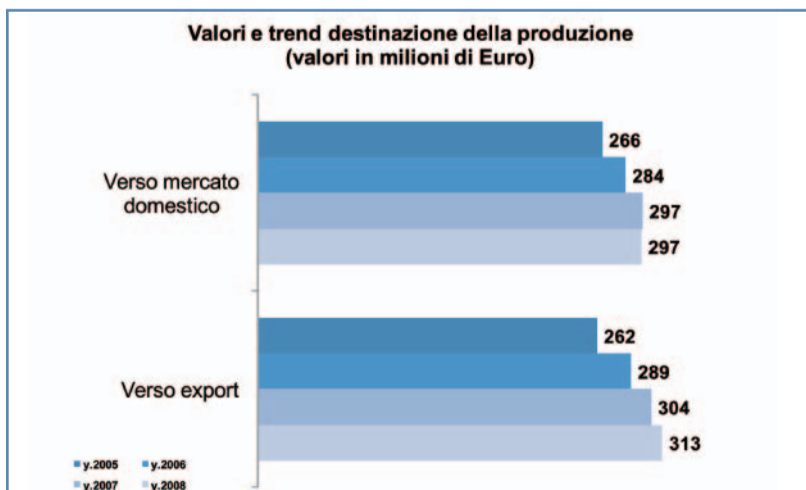
Si ricordi però che nel 2006 la crescita rispetto al 2005 fu del 8,4% e nell'an-

l'implantologia (66 milioni di euro).

Valutando invece il trend del mercato rispetto al 2007, a crescere più di altri settori è stato quello farmaceutico, che ha segnato un +14,7%, seguito da quello dei prodotti di consumo per odontotecnici (+10,3%) e da quello dei prodotti di consumo per studi dentistici (+5,7%).

Questi i peggiori: il mercato dei radiografici (-9,7%), che paga la crescita da record registrata lo scorso anno, quello dei prodotti per l'igiene e la sterilizzazione (-9,5%), che nel 2008 segnò un +15%, e i prodotti per arredamento e illuminazione (+1,6%).

Grafico 3. Destinazione delle merci



Nota: Valori ex fabbrica.

Grafico 4. Il mercato italiano (sell out)



Nota: Trend annuo medio 2008/2005: +5,4%.