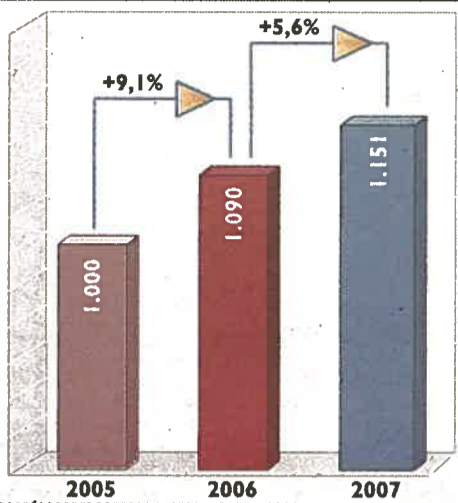
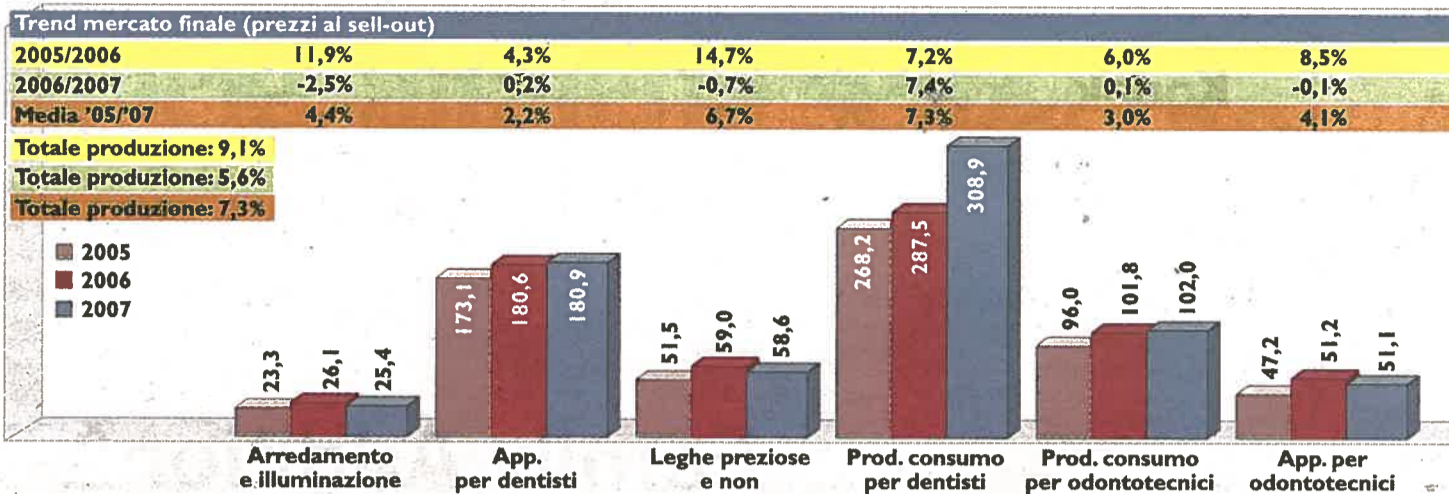


Mercato italiano sell-out (mln €)



Valori e trend 2005-2007 mercato al sell-out



INTERNATIONAL EXPODENTAL/ Analisi KeyStone: la crisi non ferma la produttività

Il dentale è il fiore all'occhiello

Nel triennio 2005-2007 fatturato in aumento del 6,7% - La metà della

L'industria dentale italiana è tra le più importanti nel mondo per fatturato, innovazione tecnologica ed export.

Con 500mila addetti realizza un fatturato annuo di circa 780 milioni di cui due terzi composti da prodotti di impianto, il resto da prodotti di consumo. Il dentale italiano ha confermato la propria leadership sui mercati internazionali grazie a una produzione apprezzata in tutto il mondo anche per le soluzioni tecnologiche all'avanguardia. E il settore è considerato un fiore all'occhiello della piccola e media imprenditoria italiana anche nonostante la crisi internazionale in atto. La produzione italiana risulta infatti la terza al mondo per fatturato dopo Usa e Germania con un giro d'affari 2007 di circa 600 milioni: +5% sul 2006.

Il dentale si conferma anche una scelta importante su altri fronti come l'odontoiatria sociale su cui punta il ministero del Welfare che ha censito Regione per Regione gli ambulatori pubblici e il relativo personale per avere nuovi strumenti in grado di dare impulso all'assistenza.

La principale mostra del settore dentale, il 37° International Expodental e il 2° Expodental Forum, si svolgerà alla Fiera Roma il 15 e il 17 ottobre.

L'industria dentale italiana regge non solo alla crisi ma, più in generale, a questo ultimo decennio di rallentamento del sistema economico complessivo del nostro Paese. Ciò è confermato da quanto emerge dal monitoraggio ormai permanente effettuato da KeyStone su incarico di Promunidi Srl, società di servizi di Unidi (Unione nazionale industrie dentarie italiane) ed ente organizzatore della principale fiera merceologica del dentale, l'International Expodental, da quest'anno a Roma.

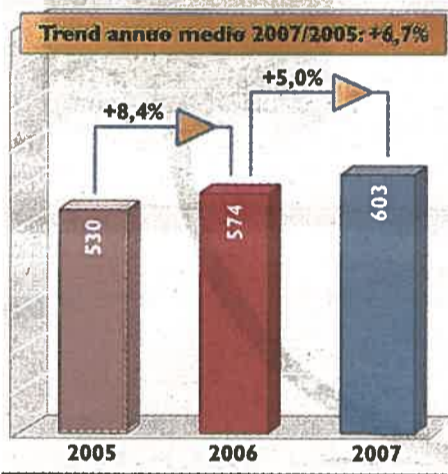
Il settore dentale può essere considerato un vero fiore all'occhiello della piccola e media imprenditoria italiana, soprattutto per ciò che concerne gli ambiti produttivi della tecnologia e delle apparecchiature in genere. E ciò nonostante la grave crisi internazionale in atto.

La produzione italiana risulta essere la terza nel mondo in ordine di dimensioni di fatturato, attestandosi dopo Usa e Germania con un giro d'affari complessivo nel 2007 di circa 600 milioni, con un trend di crescita del 5% sul 2006.

Il settore produttivo in Italia è apparso in costante crescita con un maggior sviluppo nel 2006 sul 2005. Il trend medio nel triennio si attesta quindi al +6,7 per cento.

Si nota quindi una maggior crescita del comparto rispetto al-

Produzione italiana (mln euro)



le medie sei settori produttivi del Paese.

Il fatturato, ripartito per famiglie secondo la classificazione Unidi, presenta una forte incidenza di apparecchiature. Le attrezzature per studio, laboratorio, radiografici, arredamenti e sterilizzazione raggiungono complessivamente quasi il 60% del complessivo.

In termini di valori il grafico seguente mostra la ripartizione del giro d'affari, valorizzata ex-fabbrica.

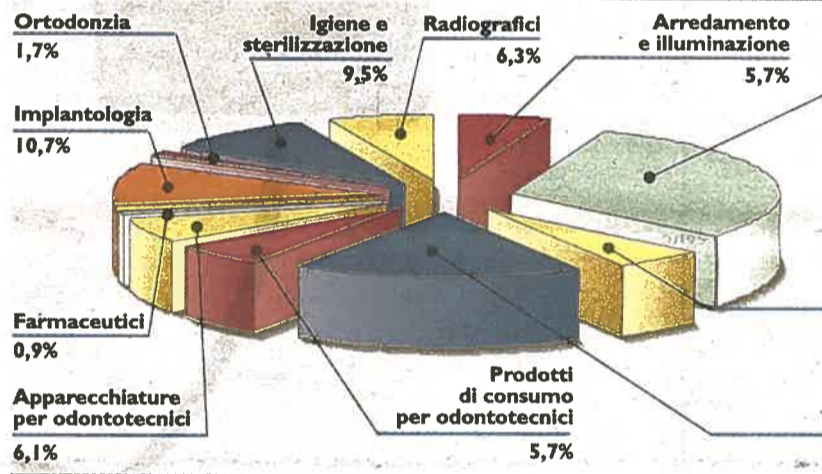
I trend di crescita maggiori si osservano nell'implantologia, nel consumo studio, nell'ortodonzia, nella sterilizzazione e nella radiologia. Ciò nonostante

è l'area delle attrezzature a detenere la maggior quota nella produzione.

Le esportazioni. Come anticipato, il sistema produttivo italiano presenta una forte vocazione all'export, cui è destinato il 50% della produzione nazionale. Questo orientamento a presidiare i mercati esteri è una peculiarità importante dei fabbricanti italiani, per i quali l'internazionalizzazione rappresenta una strategia ricorrente.

L'export complessivo del nostro sistema produttivo ha sfiorato nel 2007 i 340 milioni di euro, di cui 300 provenienti dal sistema produttivo e solo poco più del 10% dal sistema distributivo.

L'incidenza delle famiglie merceologiche nella produzione



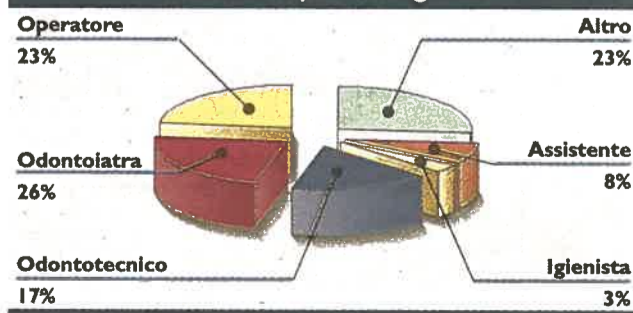
LA MANIFESTAZIONE SI TRASFERISCE NEI PADIGLIONI DELLA FIERA

Crescono peso e importanza della vetrina

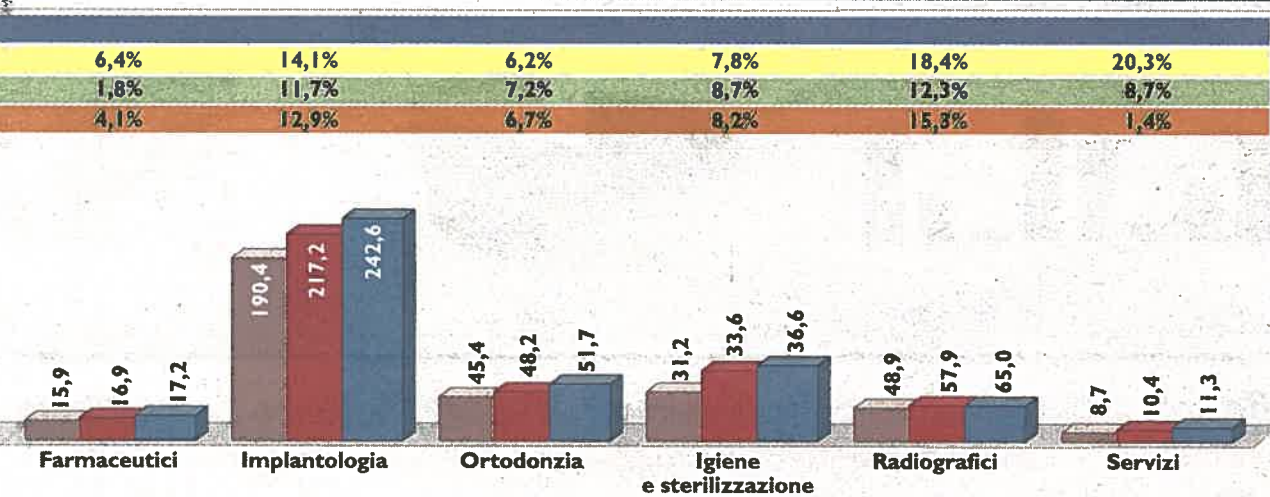
Dal 15 al 17 ottobre 2009, dunque, i tre padiglioni 7, 8 e 9 di Fiera Roma ospiteranno più di 300 espositori provenienti da 80 Paesi, confermando la vocazione internazionale della manifestazione.

Il settore dell'industria dentale italiana rappresenta una delle maggiori realtà a livello mondiale, con oltre il 45 per cento del fatturato annuo realizzato attraverso le esportazioni. La scelta della sede romana per l'edizione 2009 è fortemente legata a queste caratteristiche di settore, per la naturale collocazione della Capitale come Hub mediterraneo dei contatti, degli scambi e del business.

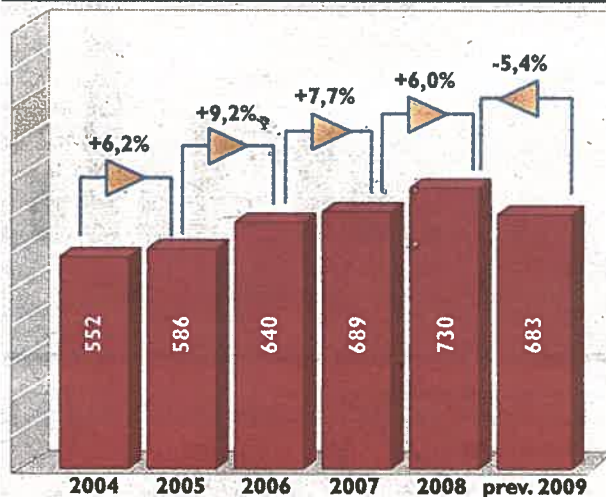
Visitatori per categoria



(valori ex fabbrica in milioni di euro)



Totale consumo prodotti (milioni di euro)



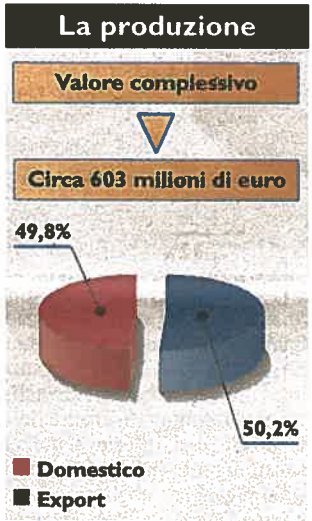
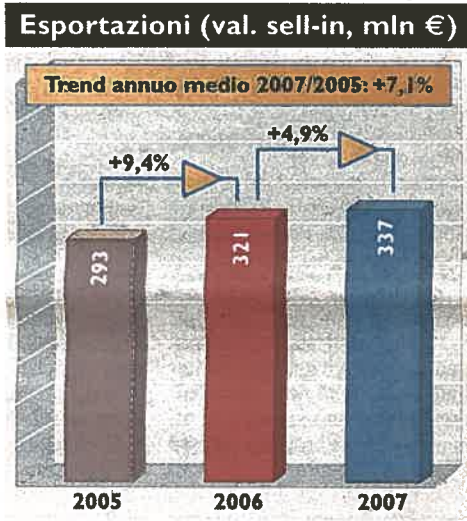
tecnologica e delle apparecchiature del settore

delle Pmi italiane

produzione nazionale è dedicata all'export

italiana

- Apparecchi per dentisti: 30,4%
- Leghe preziose e non: 5,7%
- Prodotti di consumo per dentisti: 17,4%



a numerose aziende straniere. I risultati di adesione per la nuova sede romana sono in linea con le nostre aspettative, anche perché la prossima Expodental sarà realmente diversa da tutte le precedenti edizioni. Dopo più di 20 anni, International Expodental ha scelto di cambiare quartiere e si è trasferita nella capitale, all'interno dei nuovi e moderni padiglioni di con 150mila metri quadri di aree espositive. Trovando fascino e opportunità nuove, coniugando il carisma della capitale con la modernità e l'efficienza delle strutture fieristiche. I tre interi padiglioni occupati dalla nostra 37ª edizione di

Expodental sono ben collegati al centro congressi, che, grazie alle sale di capienza variabile, ci permettono la massima flessibilità per il nostro prestigioso Forum che propone corsi accreditati Ecm tenuti da stimati professionisti internazionali, fra i più rappresentativi del settore. Questo nuovo modo di pensare a un evento fieristico, col prezioso coinvolgimento diretto anche di varie associazioni ed enti vicini a Unidi e al settore, è stata senz'altro una scelta vincente. Tra questi l'Andi nella persona del presidente il dottor Roberto Callioni, il Collegio dei Docenti con la presidentessa prof. Elettra Dorigo e in rappresentanza del

ministero della Salute il prof. Enrico Gherlone. Tutti hanno portato il loro contributo affinché la manifestazione potesse esprimersi in una logica di grande eccellenza. È anche grazie a queste sinergie, oltre che alla tenacia dei suoi imprenditori, che il settore dentale può guardare con fiducia al futuro, potendo innanzi tutto contare sui propri mezzi, in attesa che la politica individui quegli incentivi agli investimenti che potrebbero favorire lo sviluppo della domanda. **Mauro Matteuzzi** Presidente Unidi

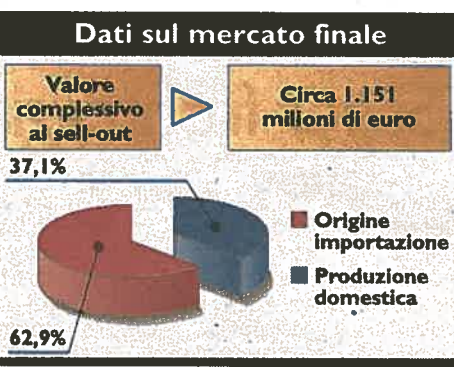
LA RICERCA PROMOSSA DALL'UNIDI

Meno pazienti negli studi: colpa della congiuntura

Calo nel 2009 anche per i minori investimenti dei professionisti

La ricerca Unidi, che è ormai una sorta di osservatorio permanente del mercato, è stata sviluppata da KeyStone prendendo in considerazione il giro d'affari di oltre 300 aziende tra produttori e distributori grossisti (per la maggior parte importatori) del settore dentale italiano. Il progetto si basa principalmente sull'analisi dei bilanci depositati e, per questo motivo, fa riferimento all'esercizio 2007. I dati, che potrebbero apparire obsoleti considerando la seria situazione di turbolenza e recessione che sta caratterizzando gli ultimi mesi, sono comunque molto utili per comprendere la composizione del settore e le tendenze storiche di tutto il comparto. Proprio in considerazione della situazione congiunturale, una seconda parte di questo scritto consentirà di osservare, per i prodotti di consumo, l'andamento del 2008 e la previsione di chiusura del 2009. Il mercato dentale italiano del 2007, composto da prodotti e attrezzature profes-

sionali, è stato misurato in 1,15 miliardi di euro ai prezzi sell-out, cioè di vendita al cliente finale (dentisti e odontotecnici). Il business complessivo è composto per il 37% da prodotti domestici, mentre il 63% è importato. Le importazioni riguardano soprattutto i prodotti di consumo del comparto chimico (ricostruzione, impronta, resine ecc.) e dell'implantologia. Il valore del mercato di prodotti domestici è particolarmente concentrato in attrezzature e arredi. Il trend appare in netta crescita con un incremento medio nel triennio dal 2005 al 2007 del 7,3 per cento. Si nota però un primo rallentamento nell'ultimo anno analizzato, dopo un ottimo 2006. Osservando l'evoluzione storica del mercato per famiglie merceologiche, si possono comunque notare segmenti particolarmente virtuosi per ciò che concerne i trend di crescita, mentre altri soffrono una situazione di ristagno. Come si può osservare, quasi tutti i segmenti risultano in crescita, in particolare l'implantologia che sembra contribuire allo sviluppo di tutto il comparto. Solo gli ambiti connessi ai prodotti per i laboratori odontotecnici sembrano soffrire maggiormente. Ciò può essere dovuto alla congiuntura in atto negli ultimi anni ma anche a una possibile modifica strutturale delle abitudini e necessità degli italiani rispetto alle riabilitazioni protesiche. Si consideri, che nonostante la ricerca si fermi al 2007, recenti dati a disposizione di KeyStone relativi allo scorso anno e al primo semestre 2009, continuano a segnalare un andamento negativo del laboratorio.



Anche le apparecchiature soffrono molto la situazione congiunturale, poiché in questo periodo è diminuita la propensione a effettuare investimenti da parte di dentisti e odontotecnici. Il mercato dei prodotti di consumo durante la crisi. Le considerazioni successive sono relative ai soli prodotti di consumo (escluso ortodonzie a leghe), poiché le aziende appartenenti al mercato delle apparecchiature non partecipano ancora a panel di raccolta ed elaborazione dei dati di vendita. Il mercato del 2008 ha continuato a crescere portandosi a oltre 700 milioni per le famiglie di consumo analizzate. Nel 2009 il trend è però in decrescita, per la prima volta da quando viene analizzato l'andamento del settore dentale in Italia. Gli analisti KeyStone hanno effettuato due ipotesi di proiezione per il 2009 grazie ai dati di vendita che puntualmente ogni mese giungono dalle principali aziende italiane. A prescindere dall'entità dai valori complessivi, è interessante valutare il dato di tendenza per segmento e sul totale. Inizialmente l'andamento del 2008 presenta un buon tasso di crescita complessiva, con un +6 per cento. Il dato mostra un certo rallentamento rispetto a quanto avvenuto negli anni precedenti ma, considerando l'arrivo improvviso della crisi nell'autunno 2008, l'evoluzione

DI ROMA del made in Italy

Fiera Roma inoltre si conferma tra le realtà emergenti del mercato fieristico europeo, avendo fatto registrare un trend di crescita costante nei due anni e mezzo trascorsi dalla sua apertura, sia in termini di fatturato (dal 2005 a oggi il bilancio consolidato è passato da 10 a 34 milioni di euro) che di calendario delle manifestazioni (si passa dalle 30 manifestazioni del 2005 alle oltre 52 del 2009), che di visitatori alle manifestazioni (dai 500mila del 2008 agli oltre 600mila previsti per il 2009), nonostante il momento di crisi attraversato dall'economia internazionale e le difficoltà legate alle operazioni di start up del nuovo polo.

Unidi e International Expodental nascono insieme - l'una come ragione ed espressione dell'altra - alla fine degli anni Sessanta. Molteplici gli scopi, ma tutti riconducibili alla diffusione di un messaggio chiaro, sintetico, efficace: «Sorrìdi italiano». C'era più che mai allora la necessità di opporsi «alla sfrenata esterofilia» dell'utenza e del mercato e di affermare «con la forza dei fatti, ma anche con la necessaria promozione, le peculiari virtù e la piena dignità delle aziende e dei prodotti dentali italiani». Ancora oggi International Expodental, nonostante la sua forte connotazione internazionale dettata anche dal processo di globalizzazione che ha investito pressoché tutti i settori industriali, vuole porsi prima di tutto come vera e propria «vetrina del made in Italy».

Roberto Rosso Presidente KeyStone

© RIPRODUZIONE RISERVATA