

today

Supplemento a **Dental Tribune Italian Edition** • Anno V, n. 10 • Stampa: Rotoservice Srl - Busca (Cuneo)

MANFREDI

SINCE 1934
75
ANNIVERSARY

yes, we scan!

Presentazione scanner
PADIGLIONE 8 - STAND B11

DTF TECHNOLOGY

dal 1998

dtf@dtftechnology.it
www.dtftechnology.it

Ufficio e Showroom: via De Sanctis 32 - 20141 Milano

NEW
SURGYSTAR

€ 4.500,00

sconto del 10% ai primi 10 acquirenti

vendita e assistenza di strumenti per l'odontoiatria
+ garanzia
+ qualità



**INTERNATIONAL
37 EXPODENTAL**

THE ITALIAN RESPONSE TO YOUR BUSINESS PRIORITY

Il mercato dentale italiano al cospetto di Expodental

Il sistema produttivo

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 Key-Stone 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 del 2007 di circa

>>pagina 4

Guida al programma
del 2° Expodental Forum
16-17 ottobre

>>pagina 19

Breve panoramica ai numerosi
eventi artistici, teatrali
e culturali della città eterna

>>pagina 20

Nuova location

La 37ª edizione di International Expodental, 15-17 ottobre, si terrà per la prima volta a Roma. Abbiamo chiesto ad Alessandro Gamberini, Presidente di Promunidi, le novità della manifestazione.

Quali sono le ragioni che hanno spinto a cambiare location della mostra e perché Roma?

Con l'edizione 2009 abbiamo rinnovato in modo radicale la manifestazione. Il nuovo quartiere "Fiera Roma" è una struttura moderna, avveniristica, flessibile, capiente e attrezzata, agevole nei collegamenti e ricca di potenzialità, a partire dalla città stessa che la ospita. Offre a visitatori ed espositori l'opportunità di coniugare in maniera ottimale la permanenza per motivi di business con attività di carattere "leisure" grazie alla facilità con cui è possibile raggiungere il centro. Roma è la città più ammirata del mondo, il centro per eccellenza di contatti, scambi commerciali e business. La sua centralità la rende un polo di interrelazione per l'Italia e l'intero bacino del Mediterraneo, ideale per incentivare

>>pagina 2

dentisti-italia.it

Il Portale scientifico
dedicato all'Odontoiatria

Se vuoi pubblicizzare la tua Azienda su Dentisti-Italia.it chiama il
numero verde 800 58 97 53 o inviaci una email a marketing@dentisti-italia.it

Il mercato dentale italiano al cospetto di Expodental, la principale kermesse del settore

<< pagina 1

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%.

Si nota quindi una maggior crescita del comparto rispetto alle medie dei 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.

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.

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 Paese ha sfiorato nel 2007 i 340 milioni di Euro, di cui 300 provenienti dal sistema produttivo e solo poco più del 10% dalla distribuzione.

Il mercato delle esportazioni è quindi quasi interamente presidiato dai produttori italiani, cresce con tassi simili rispetto alle vendite verso il mercato domestico, segno di un'ottima performance del made in Italy anche nel settore dentale.

Le apparecchiature sono i segmenti nei quali si osserva una maggior capacità di esportazione. Anche per questo motivo l'Italia, con la sua manifestazione Expodental, è un punto di riferimento strategico per le relazioni e gli scambi commerciali internazionali.

Il mercato complessivo

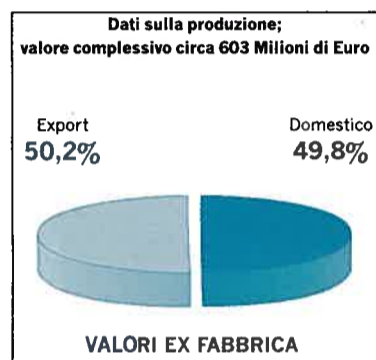
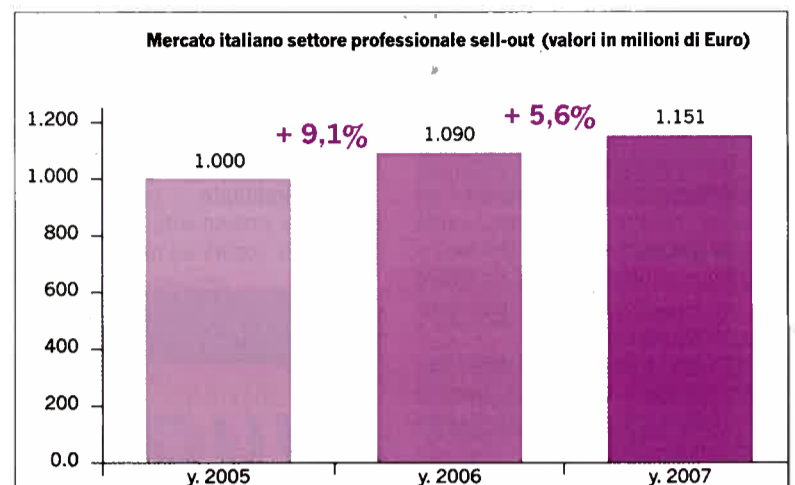
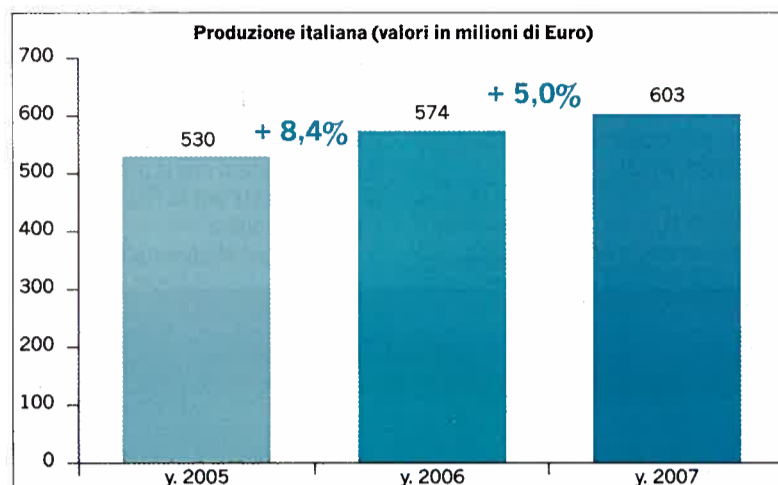
Il mercato dentale italiano del 2007, composto da prodotti e attrezzature professionali, è stato misurato in 1,15 miliardi di Euro ai prezzi sell-out, cioè di vendita al cliente finale (dentisti e odontotecnici).

Il trend è apparso in crescita con un incremento medio nel triennio dal 2005 al 2007 del 7,3%. Si nota però un primo rallentamento nell'ultimo anno analizzato, dopo un ottimo 2006.

Quasi tutti i segmenti sono risultati 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 ad 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 Key-Stone 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 ortodonzia e leghe), poiché le aziende appartenenti al mercato delle apparecchiature non partecipano ancora a panel di raccolta ed elaborazione dei dati di vendita.

Come si osserva nell'ultimo grafico, 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 Key-Stone hanno effettuato due ipotesi di proiezione per il 2009 grazie ai dati di vendita che puntualmente ogni mese giungono dalle principali aziende italiane.

Si noti, inizialmente, l'andamento del 2008 che presenta un buon tasso di crescita complessivo, con un +6%. 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 complessiva è da ritenersi del tutto positiva grazie a un eccellente primo semestre 2008. Anche in questo caso, l'implantologia ha mostrato performance migliori rispetto agli altri segmenti.

Diverso è lo scenario del 2009, anche perché, generalmente, le situazioni congiunturali appaiono agli studi dentistici con mesi di ritardo rispetto a quando si manifestano apertamente nei mercati. Ciò è dovuto alla presenza e pianificazione delle terapie da parte dei pazienti che, una volta in cura, continuano con i loro trattamenti. Il problema per gli studi dentistici, quindi, si presenta a seguito della riduzione di pazienti o alla minor accettazione dei preventivi più importanti, in genere nei mesi successivi all'avvento di situazioni congiunturali negative.

Occorre comunque considerare che, nonostante il sistema odontoiatrico sia quasi esclusivamente privato, e sia di conseguenza correlato alla ca-

5.5 Valori e trend 2005 - 2007

Mercato al sell-out (valori ex fabbrica in milioni di Euro)

Segmento	y. 2005	y. 2006	y. 2007	Trend mercato finale (prezzi al sell-out)		
				y.2005/ y.2006	y.2006/ y.2007	media y.2005/ y.2007
Arredam. e illuminazione	23,3	26,1	25,4	11,9%	-2,5%	4,4%
App. per dentisti	173,1	180,6	180,9	4,3%	0,2%	2,2%
Leghe preziose e non	51,5	59,0	58,6	14,7%	-0,7%	6,7%
Prod. consumo per dentisti	268,2	287,5	308,9	7,2%	7,4%	7,3%
Prod. cons. per odontotecnici	96,0	101,8	102,0	6,0%	0,1%	3,0%
App. per odontotecnici	47,2	51,2	51,1	8,5%	-0,1%	4,1%
Farmaceutici	15,9	16,9	17,2	6,4%	1,8%	4,1%
Implantologia	190,4	217,2	242,6	14,1%	11,7%	12,9%
Ortodonzia	45,4	48,2	51,7	6,2%	7,2%	6,7%
Igiene e sterilizzazione	31,2	33,6	36,6	7,8%	8,7%	8,2%
Radiografici	48,9	57,9	65,0	18,4%	12,3%	15,3%
Servizi	8,7	10,4	11,3	20,3%	8,7%	14,4%
Totale produzione				9,1%	5,6%	7,3%

pacità di risparmio delle famiglie italiane, il settore si colloca nel più ampio comparto della salute, che risente delle congiunture negative che possono verificarsi in modo mitigato rispetto ad altri settori.

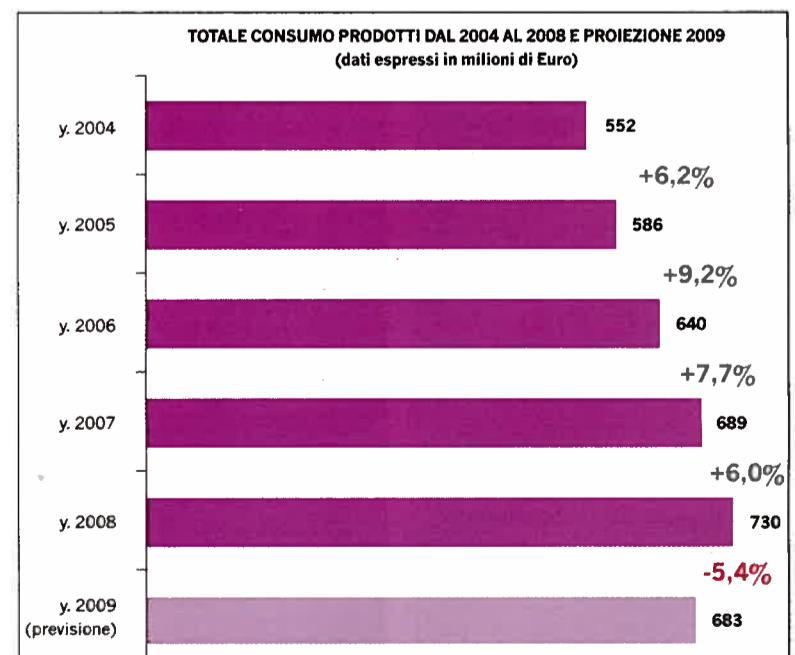
La fiducia delle imprese italiane

Nonostante la situazione generale non favorevole, l'industria dentale italiana dimostra grande spirito imprenditoriale, partecipando fiduciosa alla nuova edizione di Expodental, unitamente a numerose aziende straniere.

I risultati di adesione per la nuova sede romana sono in linea con le aspettative, anche perché Expodental 2009 è 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 con 150 mila metri quadri di aree espositive. Trovando fascino e opportunità nuove, coniugando il fascino della capitale con la modernità e l'efficienza delle strutture fieristiche.

La grande partecipazione e l'in-



teresse generalizzato per l'evento dimostrano che il settore dentale può guardare con fiducia al futuro, ponendo innanzi tutto contare sui propri mezzi, in attesa che la politica individui

quegli incentivi agli investimenti che potrebbero favorire lo sviluppo della domanda.

Roberto Rosso
Presidente Key-Stone