

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

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

NEW
SURGYSTAR

€ 4.500,00

dtf@dtftechnology.it
www.dtftechnology.it

Ufficio e Showroom: via De Sanctis 32 - 20141 Milano

sconto del 10% ai primi 10 acquirenti



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

Expodental: la 37ª edizione cambia la location (e anche la comunicazione)

<< pagina 1

il flusso di presenze, di operatori, di aziende e confermare Expodental quale fiera dentale per antonomasia in Italia e a livello internazionale. Per i partecipanti una manifestazione con importanti momenti culturali e ludici. Oltre al cambio di location, abbiamo intrapreso un nuovo percorso di comunicazione, di maggior vicinanza con le aziende e i visitatori. La strategia, messa a punto con la collaborazione dell'agenzia Semios, prevede un approccio di tipo relazionale con le aziende e di avvicinamento al territorio.

Paola Lattanzio di Semios (Agenzia incaricata per la nuova campagna) parla delle caratteristiche della strategia di comunicazione.

Quali valori si vogliono esprimere nella nuova campagna? In che modo si è sviluppata?

Semios ha collaborato con Unidi nel realizzare un concetto creativo di comunicazione dell'evento 2009 alle aziende, incentrato sulle novità di quest'anno. Si riassume nel claim ideato "Expodental fa centro" a indicare la centralità della nuova sede, Roma, il cuore per eccellenza di contatti, scambi, business e della cultura, alla portata di tutti gli

operatori professionali del settore odontoiatrico e odontotecnico con il rinnovato Expodental Forum. Inoltre, a giugno abbiamo realizzato una serie di iniziative "teaser" all'interno di un "percorso di comunicazione" per informare e coinvolgere potenziali e abituali espositori, addetti ai lavori e operatori della stampa specializzata sull'evento 2009 e scoprire linee guida e vantaggi di questa nuova, rinnovata edizione. Le attività sono state realizzate secondo logiche di marketing relazionale, ambito in cui Semios è specializzata, con l'obiettivo di creare un contatto diretto e di alto livello tra le aziende e il Diretti-

vo Unidi, con occasioni esclusive e originali. Per entrare in relazione con i principali attori del mercato, ricevendo il loro feedback, esigenze e suggerimenti, si è scelta la strada di coniugare gli aspetti informativi e di interscambio con un momento di puro piacere. Sono state scelte suggestive location tra le migliori del panorama dell'alta gastronomia italiana. Il concept comune degli eventi è stato "L'eccellenza della gastronomia per aziende d'eccellenza": l'esclusività dei ristoranti, l'originalità di chef veri e propri geni dell'alta cucina - il piacere di scoprire piatti e gusti sublimi per vivere un'esperienza unica.



La 37ª edizione di International Expodental si prospetta dunque ricca di aspettative. Sono previsti più di 300 espositori da oltre 20 Paesi, a conferma della vocazione internazionale della manifestazione.