

Le vendite all'estero di attrezzature odontoiatriche spingono il fatturato totale a +5%. Fiacco il mercato interno

L'ITALIA SORRIDE CON L'EXPORT

Il prodotto nazionale resiste alla concorrenza dell'Asia

PAGINA A CURA
DI PIERO PICCIOLI

Dopo Stati Uniti e Germania l'Italia è tra i principali produttori, per fatturato e qualità, di apparecchiature odontoiatriche. Un mercato di nicchia ma importante. Il problema è che, mentre dietro le aziende estere spesso c'è un sistema che le sostiene e le promuove, quelle italiane devono come al solito affidarsi alle proprie forze. Per di più, anche sul mercato interno sono sempre più forti i produttori, cinesi e asiatici in testa, che ripropongono anche in questo comparto il ben noto schema prezzi bassi-qualità inferiore. L'Unidi (Unione industrie dentarie italiane) cerca con l'Ice d'impostare campagne a sostegno delle imprese nazionali ma, in tempi come questi, le risorse sono poche, quindi si naviga a vista. Ci sono però, fortunatamente, altri strumenti per farsi conoscere. Uno è l'Expo-dental che si è appena concluso (18-20 ottobre) alla Fiera di Milano. Un'edizione particolare, la numero 40, che ha rappresentato non solo una vetrina per gli espositori provenienti da tutto il mondo, ma anche un'occasione per approfondire gli aspetti tecnici (l'innovazione in questo settore marcia a velocità sostenuta), e deontologici di una professione, come quella dei dentisti (circa 60 mila in Italia), in

profonda trasformazione.

La promozione del sistema Italia è molto importante perché le oltre 100 aziende del settore (che occupano circa 6 mila dipendenti) fatturano 700 milioni. L'Unidi, insieme con Key-Stone, società specializzata in ricerche di mercato, hanno messo a punto, ormai da sette anni, un sistema di monitoraggio e di analisi delle aziende del settore che producono e distribuiscono in Italia con l'obiettivo di individuare le tendenze e intervenire di conseguenza. Gli ultimi dati confermano una sofferenza del mercato italiano mentre l'aumento delle esportazioni conferma l'apprezzamento del made in Italy. Negli ultimi due anni, quelli in cui la crisi ha colpito più pesantemente il nostro continente, il fatturato delle esportazioni ha segnato un aumento del 15,2% (+7,4% nel 2010 e +7,8% nel 2011). Un mercato che per l'industria italiana vale 422 milioni di euro, il 61,3% del fatturato totale. E proprio grazie alle esportazioni l'industria italiana segna un +5% rispetto al fatturato dello scorso anno, toccando 688 milioni di euro contro i 654 del 2010 e i 615 del 2009.

Considerando che, mediamente, i prodotti italiani hanno un prezzo superiore a quelli di molti altri concorrenti (soprattutto quelli asiatici) il continuo

incremento dell'export premia gli investimenti che l'industria italiana del settore dentale ha fatto in termini di ricerca e qualità di produzione, ritagliandosi la fiducia dei professionisti dei cinque continenti che cercano nei prodotti e nelle attrezzature affidabilità, qualità e design. Per quanto riguarda il mercato finale interno (quello riferito al valore degli acquisti effettuati da studi e laboratori) il fatturato totale segna un minimo incremento (+1%) rispetto a quello del 2010 raggiungendo i 1.188 milioni di euro (nel 2010 era di 1.177 nel 2006 1.097). Nel 2011 rispetto al 2010 crollano le vendite di attrezzature da laboratorio (-7,3%), mentre crescono leggermente quelle delle attrezzature per lo studio (+2,3%), la vendita di prodotti di consumo nei laboratori odontotecnici (+1,1%), e quelli dello studio odontoiatrico (+05%). Purtroppo non ci sono buone notizie per quanto riguarda l'anno in corso. Dalle proiezioni elaborate dalla Key-Stone il primo quadrimestre del 2012 segna un -3% complessivo: calano le vendite sia delle attrezzature da laboratorio (-18,6%) che quelle da studio (-8%) nonostante lo sviluppo delle nuove tecnologie, così come la vendita di materiale da consumo (-1,7%). (riproduzione riservata)

