

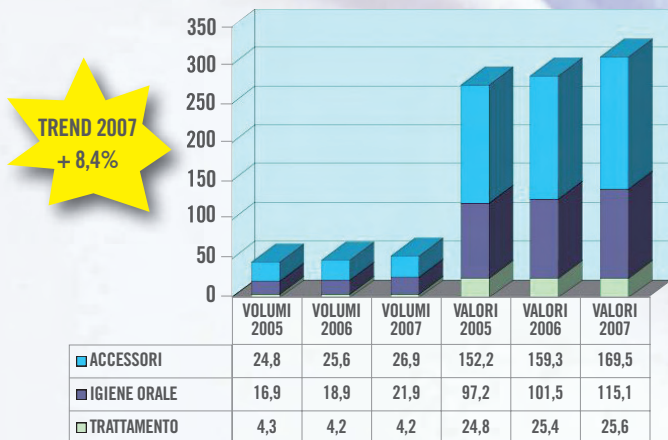
IL MERCATO

Igiene del cavo orale,

Sono molto positivi i risultati raggiunti dalle farmacie italiane nella vendita dei prodotti utilizzati per il trattamento, la cura e l'igiene del cavo orale: questo è quanto si evince dalla lettura e dall'analisi dei dati che coprono l'ultimo triennio terminato a settembre. Il mercato di riferimento, infatti, ha mostrato continui e costanti segni di progresso lungo tutto il periodo analizzato e il fatto è tanto più confortante in quanto il settore, fino a un passato abbastanza recente, aveva ripetutamente ceduto quote parti di mercato alla concorrenza, prima fra tutte la Grande distribuzione, che iniziò fin dalla metà degli anni Ottanta a sottrarre consumatori alla farmacia nel corso di quella che gli addetti ai lavori ancora ricordano come "la battaglia dei *toiletries*".

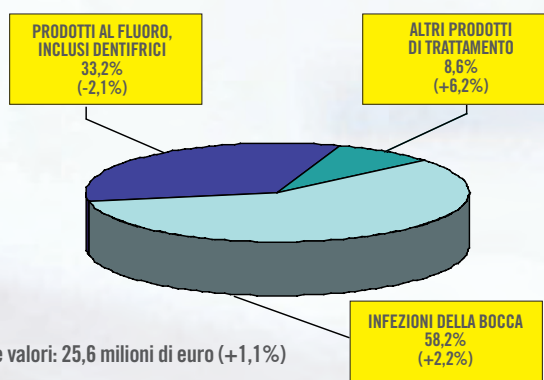
La crescita dei consumi e della spesa relativa costituisce, quindi, un felice viatico anche per il prossimo futuro, se i trend finora certificati troveranno ulteriore conferma anche nel 2008 e oltre. Il valore del mercato complessivo è passato da 274 a 310 milioni di euro con tassi di sviluppo invero significativi (+4,4 per cento nel 2006 e +8,4 nell'ultima rilevazione); i consumi sono saliti dagli iniziali 46 milioni di confezioni fino agli attuali 53 per il succedersi di due vigorosi aumenti (+6 e +8,6 per cento).

Fig. 1: CURA E IGIENE DEL CAVO ORALE - EVOLUZIONE E DIMENSIONE
(Vendite in milioni - Dati riferiti agli anni mobili terminati a settembre 2007)



Fonte dei dati: IMS Health

Fig. 2: PRODOTTI DI TRATTAMENTO - SEGMENTAZIONE E TREND
(Anno mobile terminante a settembre 2007)



Fonte dei dati: IMS Health

Il mercato si può segmentare in vari modi e, in chiave di category management, molteplici sono le possibilità di esposizione funzionale alla domanda dei consumatori. Secondo la classificazione internazionale di Ims si riconoscono tre gruppi principali:

- ◆ i farmaci e i prodotti da usare per la cura delle affezioni della bocca e per l'opera di prevenzione e cura della carie dentale, con preparati a base di fluoro;
- ◆ i prodotti veri e propri per l'igiene orale, cioè a dire i dentifrici, nelle varie formulazioni per destinazione d'uso: normali, denti sensibili, gengive sensibili, antitartaro, sbiancanti, protettivi dello smalto eccetera; i collutori; i programmi di trattamento sbiancante; i deodoranti dell'alito e i chewing-gum sostitutivi del dentifricio;
- ◆ gli accessori, nei quali sono inclusi i prodotti per dentiere (adesivi e pulenti); gli spazzolini (manuali ed elettrici); gli spazzolini e gli scovoli interprossimali; i fili interdentali (in seta cerata e non cerata).

Nel triennio preso in esame, le due categorie che includono i prodotti di uso quotidiano (igienici e accessori) si sono segnalate per il loro più che soddisfacente sviluppo mentre i soli prodotti per il trattamento e la cura dei problemi più gravi hanno avuto un andamento alquanto statico sia a unità sia a valori (figura 1): i prodotti per l'igiene hanno avuto un incremento di cinque mi-

Negli ultimi tre anni i consumi sono cresciuti sensibilmente e si rivela molto interessante il tasso di innovazione di questo settore

DI MASSIMO STRAGLIATI
MANAGEMENT & MARKETING CONSULTANT

farmacie in recupero

lioni di confezioni nei consumi (da 16,9 a 21,9) e la spesa relativa è cresciuta di circa 18 milioni di euro (da 97,2 a 115,1). Più lentamente si sono mossi gli accessori con due milioni di pezzi in più (da 24,8 a 26,9), corrispondenti a una spesa incrementale di oltre 17 milioni di euro (da 152,2 a 169,5).

Il mercato ha tratto innegabile giovamento anche dai prezzi medi che, probabilmente rispondendo a logiche e dinamiche concorrenziali entrate ormai in pianta stabile tra le leve di marketing della farmacia, nel periodo considerato hanno subito una flessione complessiva vicina al due per cento, grazie soprattutto al notevole calo registrato dal comparto igienico (-8,9); anche le categorie che hanno aumentato i prezzi non hanno superato livelli tali da scoraggiare i consumatori (trattamento: +6 per cento; accessori: +2,8).

I PRODOTTI DI TRATTAMENTO

In questo settore (il meno importante per giro d'affari dell'intero settore) prevalgono i preparati per la cura delle affezioni della bocca (collutori speciali, gel, spray) con una quota del 58 per cento, in modesta crescita (figura 2); seguono i prodotti a base di fluoro (dentifrici, compresse), in leggera contrazione e altri vari preparati specifici. Come abbiamo già visto, il segmento è, comunque, decisamente statico.

I PRODOTTI IGIENICI

Questo comparto è in fase particolarmente dinamica, sia nel suo complesso sia in ogni sua singola componente (figura 3). Molto bene i colluttori, siano essi normali o posizionati nel seg-

Fig. 3: PRODOTTI PER L'IGIENE - SEGMENTAZIONE E TREND (Anno mobile terminante a settembre 2007)

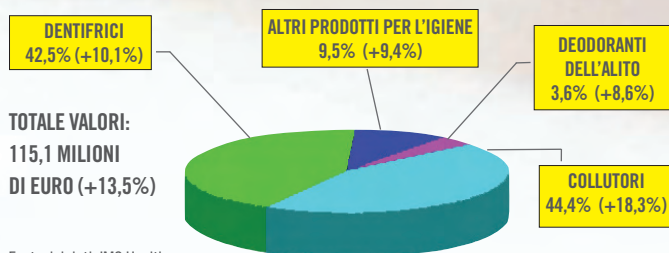
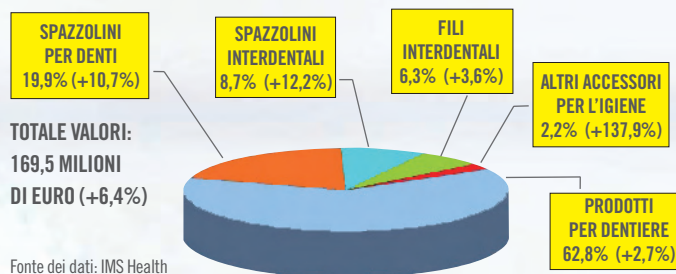


Fig. 4: ACCESSORI PER IL CAVO ORALE - SEGMENTAZIONE E TREND (Anno mobile terminante a settembre 2007)



mento anticarie, che coprono insieme circa il 45 per cento del settore e viaggiano con un trend del +18,3. Non da meno i dentifrici, con una quota del 43 per cento e in fase di espansione (+10). In particolare si mettono in evidenza le paste dentifrice per gengive sensibili (+13,5 per cento) ma anche i prodotti standard (detergenti e alito fresco), i prodotti per denti sensibili e il segmento backing soda (sbiancanti) progrediscono con performance notevoli.

I deodoranti dell'alito e i restanti prodotti contribuiscono anch'essi al più che buono risultato generale del comparto.

GLI ACCESSORI PER L'IGIENE ORALE

È questa la categoria più importante con i suoi 169 milioni di euro di fatturato (figura 4). Le vendite di prodotti per dentiere, la classe di rilevanza maggiore, procedono molto a rilento e progrediscono soltanto del 2,7 per cento a fronte di un settore che supera ampiamente un trend del 6. Molto più tonico il segmento degli spazzolini; tra tutti, sono gli elettrici a registrare l'incremento maggiore (+16 per cento), mentre i manuali si accontentano di crescere dell'11. Bene anche gli spazzolini interdentali (+12,2 per cento) e i fili (+3,6).

Un'ultima annotazione riguarda il tasso d'innovazione: nel settore esaminato i prodotti e le confezioni immesse in commercio nei primi nove mesi del 2007 hanno contribuito al giro d'affari totale con una quota del 3,3 per cento, un risultato di tutto rispetto. Tutte le classi di prodotto sono state interessate ma le novità più importanti in termine di vendite si sono avute tra gli adesivi per dentiere, i colluttori e i dentifrici per adulti.

I PRODOTTI

L'esercito del sorriso

Un bel sorriso è sempre una buona carta di presentazione, ma per una bocca a prova di smalto occorre seguire regole di igiene dentale e usare prodotti specifici. La cura dei denti è una pratica antica, come dire che per i nostri antenati il sorriso era lo specchio dell'anima. I primi dentifrici e sciacqui risalgono al 4000 a.C., mentre ai tempi di Ippocrate (480 a.C.) si allestivano preparati con parti di animali che possedevano denti forti, ritenendo così che tale proprietà passasse anche in chi li usava. Oggi si sa che per mantenere una bocca sana occorre cominciare ad averne cura fin dai primi dentini. Nei bambini la dentizione inizia verso i sei mesi e si protrae fino a 2-3 anni per completarsi a 12 con la permuta dei decidui e l'eruzione dei secondi molari. È durante la prima fase, e fino a otto anni, che i genitori devono aiutare i piccoli a imparare le modalità di pulizia. Gli zuccheri nelle bevande sono i nemici numero uno dei denti, perché inducono la formazione di placca e carie. Per questo i primi spazzolini devono avere una testina non ampia e setole morbide, in modo da massaggiare delicatamente le gengive. Lo spazzolino va inclinato di 45 gradi verso la gengiva, con movimenti avanti e indietro e leggere vibrazioni. Per quanto riguarda la superficie interna ed esterna degli incisivi anteriori, il movimento deve essere anche verticale.

Anche in età adulta la placca è fonte di malattie, comprese alcune cardiovascolari e respiratorie. Persino in gravidanza, se la futura mamma è affetta da parodontite, il nascituro potrebbe essere prematuro e sottopeso. Attualmente sono state individuate 400 specie batteriche e ogni individuo ne ospita 150. La placca si forma dal deposito dei residui di cibo sullo smalto che generano una colonia di batteri (soprattutto lactobacilli e streptococchi mutans). Questi, dal metabolismo dei glucidi, producono acidi che irritano le gengive fino al sanguinamento (gengivite). Quando a essere aggre-

ditata è la superficie del dente, si parla di carie. Per quanto riguarda la prevenzione, occorre rispettare norme come lavarsi i denti dopo ogni pasto, non mangiare continuamente e seguire una corretta alimentazione: va bene

frutta e verdura fresche, latte e derivati, pane integrale, noci, sostanze non cariogene come xilitolo e sorbitolo, che si trovano soprattutto nei chewing gum.

Anche fumo e alcol vanno tenuti d'occhio perché danneggiano le gengive, causando o peggiorando la malattia parodontale. Le sole norme igieniche però non sono sufficienti nella prevenzione: bisogna usare anche strumenti che i dentisti ci suggeriscono.

SPAZZOLINI E DENTIFRICI

Lo strumento usato più comune e antico (compare per la prima volta nella letteratura cinese del 600 a.C.) è naturalmente lo spazzolino. Originariamente fatto di setole di maiale, o crine di cavallo, oggi è prevalentemente sintetico. La parte più importante è la testa che deve essere:

- ◆ piccola (2,5 cm di lunghezza, 3 o 4 ciuffi di setole per la larghezza);
- ◆ arrotondata (per non traumatizzare i tessuti molli);
- ◆ senza spazi fra i ciuffi (per impedire l'accumulo dei batteri);
- ◆ con setole a rapida asciugatura (per evitare la proliferazione batterica).

Le setole naturali sono, invece, sconsigliate perché più fragili, con punte non arrotondate, quindi più irritanti, sempre umide e perciò a maggior rischio batterico.

La durezza delle setole sintetiche si suddivide in morbida, media, dura. La durata media è di tre mesi. Le setole possono essere di altezza diversa o scalari, per consentire una maggiore pulizia degli spazi interdentali e dei molari. Inoltre,



Dentifrici protettivi ma anche per favorire lo sbiancamento e difendere lo smalto dalla demineralizzazione. E poi collutori contenenti oli essenziali che combattono l'alitosi, spazzolini per la lingua e nuovi presidi: il settore dell'igiene orale, sempre più specializzato, è in continua evoluzione

DI MASSIMILLA MANETTI RICCI, FARMACISTA (MILANO)

la colorazione può essere diversa per indicare la duplice azione di massaggio gengivale e rimozione placca e può essere usata come indicatore dell'usura dello spazzolino.

Gli spazzolini possono avere la testa rivestita di Ag puro 999 con attività antibatterica. Ci sono poi quelli specialistici: monociuffo (per superfici difficilmente accessibili), ortodontico (per portatori di apparecchi ortodontici), per protesi, sulcolare (per rimuovere la placca dal solco gengivale).

Negli anni Settanta è stato introdotto anche lo spazzolino elettrico che, in base al movimento della testina, può essere di tipo verticale, orizzontale, rotatorio, ellittico, quest'ultimo più affidabile. I tipi presenti sul mercato variano per numero di vibrazioni al minuto e per la forma e la grandezza della testina stessa.

Compagno inseparabile dello spazzolino è il dentifricio. Le proprietà che dovrebbe avere sono: ph 7.0; sapore gradevole; contenere fluoro; non irritare le mucose; basso indice di abrasività (Rda-Relative Dentine Abrasivity < 25-30).

Si suddividono in paste e gel dentifrici, questi ultimi molto meno abrasivi. Possono essere medicati o cosmetici: i primi contengono sostanze antisettiche come sali di ammonio quaternario, clorexidina, vitamina C e vitamina A; quelli cosmetici sono per lo più a base di fluoro. Oggi è anche diffuso l'uso dei dentifrici omeopatici caratterizzati dall'assenza dell'aroma alla menta sostituito da anice, clorofilla e limone, destinati soprattutto a coloro che si curano con medicinali omeopatici, perché la menta interferisce con la cura.

SCIACQUI IN LIBERTÀ

Con lo spazzolino e il dentifricio, sarebbe buona norma usare anche il collutorio (dal lat. *collutus* che significa lavato, sciacquato), che agisce prevalentemente sulla mucosa gengivale. Vari e diversi sono i principi attivi. Ce ne sono alcuni contenenti Fans come:

- ◆ diclofenac 0,074%
- ◆ nimesulide 0,1%
- ◆ flurbiprofene 0,25%
- ◆ ketoprofene 1,6%.

Il loro uso è però limitato nel tempo, per i trattamenti post operatori, nell'in-

fiammazione del cavo orale e nelle gengiviti. I più diffusi nella prevenzione della carie sono quelli con il fluoro, che è però sconsigliato nei bambini sotto i sei anni, perché possono ingerirlo. La concentrazione può variare dallo 0,025 allo 0,2 per cento. Ci sono poi quelli a base di clorexidina, sostanza disinfettante, ad azione batteriostatica e battericida, attiva su gram positivi e gram negativi. Si trova in tre concentrazioni: allo 0,2, allo 0,12 e allo 0,05 per cento sotto forma di digluconato. La prima si usa nei trattamenti pre o post operatori, la seconda svolge un'azione di mantenimento e la terza è preventiva nella formazione della placca. Attenzione all'uso prolungato, perché può dare pigmentazione dei denti e della lingua, alterazione del gusto e della gengiva, bruciore e secchezza della bocca. La pigmentazione è dovuta alla precipitazione di anioni cromogeni di origine alimentare (per esempio tè, vino rosso, caffè).

Possono essere utilizzati per lunghi periodi e in modo continuativo, senza particolari effetti collaterali, i collutori a base di fluoruro amminico/fluoruro stannoso, una combinazione di principi attivi particolarmente efficace nel prevenire la formazione della placca, inattivare la placca residua e favorire il ripristino di una flora batterica orale fisiologica.

Come novità recente ci sono poi i collutori contenenti oli essenziali come timolo, eucaliptolo, mentolo più il metilsalicilato derivante dalla betulla, con azione balsamica, antisettica e antinfiammatoria. Infine, merita ricordare altri due collutori per la particolare funzione sulle afte e sulle stomatiti aftose. Il primo contiene *Aloe vera*, per cui favorisce il processo di cicatrizzazione e allevia il dolore, perché forma una pellicola protettiva che copre la ferita, riducendo il contatto con saliva, cibo e lingua. Il secondo contiene *Triticum Vulgare*; ha un'azione riepitelizzante della mucosa; ha anche effetto protettivo contro i batteri che causano alitosi. Per la sua particolare composizione con le stimoline vegetali può essere usato nei bambini di età superiore ai tre anni. Si può inoltre usare su



Dentifrici protettivi ma anche per favorire lo sbiancamento e proteggere lo smalto dalla demineralizzazione. E poi collutori contenenti oli essenziali che combattono l'alitosi, spazzolini per la lingua e nuovi presidi: il settore dell'igiene orale, sempre più specializzato, è in continua evoluzione

DI MASSIMILLA MANETTI RICCI, FARMACISTA (MILANO)

la colorazione può essere diversa per indicare la duplice azione di massaggio gengivale e rimozione placca e può essere usata come indicatore dell'usura dello spazzolino.

Gli spazzolini possono avere la testa rivestita di Ag puro 999 con attività antibatterica. Ci sono poi quelli specialistici: monociuffo (per superfici difficilmente accessibili), ortodontico (per portatori di apparecchi ortodontici), per protesi, sulcolare (per rimuovere la placca dal solco gengivale).

Negli anni Settanta è stato introdotto anche lo spazzolino elettrico che, in base al movimento della testina, può essere di tipo verticale, orizzontale, rotatorio, ellittico, quest'ultimo più affidabile. I tipi presenti sul mercato variano per numero di vibrazioni al minuto e per la forma e la grandezza della testina stessa.

Compagno inseparabile dello spazzolino è il dentifricio. Le proprietà che dovrebbe avere sono: pH 7.0; sapore gradevole; contenere fluoro; non irritare le mucose; basso indice di abrasività (Rda-Relative Dentine Abrasivity < 25-30).

Si suddividono in paste e gel dentifrici, questi ultimi molto meno abrasivi. Possono essere medicati o cosmetici: i primi contengono sostanze antisettiche come sali di ammonio quaternario, clorexidina, vitamina C e vitamina A; quelli cosmetici sono per lo più a base di fluoro. Oggi è anche diffuso l'uso dei dentifrici omeopatici caratterizzati dall'assenza dell'aroma alla menta sostituito da anice, clorofilla e limone, destinati soprattutto a coloro che si curano con medicinali omeopatici, perché la menta interferisce con la cura.

SCIACQUI IN LIBERTÀ

Con lo spazzolino e il dentifricio, sarebbe buona norma usare anche il collutorio (dal lat. *collutus* che significa lavato, sciacquato), che agisce prevalentemente sulla mucosa gengivale. Vari e diversi sono i principi attivi. Ce ne sono alcuni contenenti Fans come:

- ◆ diclofenac 0,074%
- ◆ nimesulide 0,1%
- ◆ flurbiprofene 0,25%
- ◆ ketoprofene 1,6%.

Il loro uso è però limitato nel tempo, per i trattamenti post operatori, nell'in-

fiammazione del cavo orale e nelle gengivi-

ti. I più diffusi nella prevenzione della carie sono quelli con il fluoro, che è però sconsigliato nei bambini sotto i sei anni, perché possono ingerirlo. La concentrazione può variare dallo 0,025 allo 0,2 per cento. Ci sono poi quelli a base di clorexidina, sostanza disinfettante, ad azione batteriostatica e battericida, attiva su gram positivi e gram negativi. Si trova in tre concentrazioni: allo 0,2, allo 0,12 e allo 0,05 per cento sotto forma di digluconato. La prima si usa nei trattamenti pre o post operatori, la seconda svolge un'azione di mantenimento e la terza è preventiva nella formazione della placca. Attenzione all'uso prolungato, perché può dare pigmentazione dei denti e della lingua, alterazione del gusto e della gengiva, bruciore e secchezza della bocca. La pigmentazione è dovuta alla precipitazione di anioni cromogeni di origine alimentare (per esempio tè, vino rosso, caffè).

Possono essere utilizzati per lunghi periodi e in modo continuativo, senza particolari effetti collaterali, i collutori a base di fluoruro amminico/fluoruro stannoso, una combinazione di principi attivi particolarmente efficace nel prevenire la formazione della placca, inattivare la placca residua e favorire il ripristino di una flora batterica orale fisiologica.

Come novità recente ci sono poi i collutori contenenti oli essenziali come timolo, eucaliptolo, mentolo più il metilsalicilato derivante dalla betulla, con azione balsamica, antisettica e antinfiammatoria. Infine, merita ricordare altri due collutori per la particolare funzione sulle afte e sulle stomatiti aftose. Il primo contiene *Aloe vera*, per cui favorisce il processo di cicatrizzazione e allevia il dolore, perché forma una pellicola protettiva che copre la ferita, riducendo il contatto con saliva, cibo e lingua. Il secondo contiene *Triticum Vulgare*; ha un'azione riepitelizzante della mucosa; ha anche effetto protettivo contro i batteri che causano alitosi. Per la sua particolare composizione con le stimoline vegetali può essere usato nei bambini di età superiore ai tre anni. Si può inoltre usare su



I PRODOTTI

I COLLUTORI

PRODOTTI	Aloe vera	Benzidamina	Clorexidina + ADS (*)	Clorexidina 0,2%	Clorexidina 0,12%	Clorexidina 0,05% + Fluoruro di sodio	Esetidina	Fluoruro amminico	Fluoruro amminico + Fluoruro di potassio	Fluoruro amminico + Fluoruro stannoso	Iodio	Oli essenziali	Permetholo + ProvitaminaB5	Tibenzonio Ioduro	Triticum Vulgare
Alovox	<input checked="" type="checkbox"/>														
Antoral														<input checked="" type="checkbox"/>	
Aqua Emoform								<input checked="" type="checkbox"/>							
Curasept			<input checked="" type="checkbox"/>												
Dentosan intensivo				<input checked="" type="checkbox"/>											
Dentosan Mese					<input checked="" type="checkbox"/>										
Dentosan Placca e Carie						<input checked="" type="checkbox"/>									
Ebuos					<input checked="" type="checkbox"/>										
Elmex Sensitive Plus									<input checked="" type="checkbox"/>						
Elmex Protezione Carie								<input checked="" type="checkbox"/>							
Fluorinse											<input checked="" type="checkbox"/>				
Jalma															<input checked="" type="checkbox"/>
Listerine												<input checked="" type="checkbox"/>			
Meridol										<input checked="" type="checkbox"/>					
Oraseptic							<input checked="" type="checkbox"/>								
Parogencil													<input checked="" type="checkbox"/>		
Tantum Verde		<input checked="" type="checkbox"/>													

(*) ADS → Anti Discoloration System: sistema contro la pigmentazione

I prodotti citati sono una libera scelta dell'autore

gengive irritate e sanguinanti, nei portatori di protesi e apparecchi ortodontici.

Tra le sostanze di origine naturale impiegate nei colluttori c'è la *Sanguinaria Canadensis*, che aiuta a rallentare la formazione della placca e a combattere le infiammazioni gengivali. È utile anche contro l'alitosi grazie all'inibizione dello sviluppo dei composti volatili dello zolfo derivanti dai cibi residui. Ci sono poi le tinture madri di calendula e di phytolacca che, mescolate in parti uguali e diluite in acqua, agiscono come colluttori ad azione cicatrizzante, antinfiammatoria e contro le stomatiti.

I CAVALIERI AUSILIARI

Con i tre cavalli di battaglia dell'igiene dentale, spazzolino, dentifricio e collutorio, ci sono anche i cavalieri ausiliari che i

dentisti raccomandano:

- ◆ il filo interdentale;
- ◆ lo scovolino cilindrico o conico.

Il filo, come lo scovolino, arriva dove non agisce lo spazzolino, ossia fra dente e dente e nel solco gengivale, in chi ha problemi parodontali. Può essere cerato per denti irregolari o non cerato, più sottile, per spazi interdentali stretti. Inoltre, può essere a focchi per portatori di protesi o apparecchi ortodontici; è suddiviso in tre parti: una rigida, una spugnosa e una simile al normale filo interdentale. La prima serve all'inserimento fra i due denti, la seconda per pulirli, la terza si usa come un filo classico. C'è poi la forcilla tendifilo per quei pazienti con limitazioni nell'uso della mano. Oggi si sa che anche la lingua richiede un suo spazzolamen-





to quotidiano; infatti si è scoperto che l'alitosi non è causata da problemi digestivi ma da batteri che si depositano fra le papille. Per questo in commercio esistono appositi pulitori e spazzolini linguali.



PROTESI E TRATTAMENTI ESTETICI

Come abbiamo visto, in questi ultimi anni l'igiene orale si è molto evoluta, compresa quella relativa agli anziani, sempre più numerosi e principali portatori di protesi. Vediamo alcune norme da consigliare a questi clienti: le protesi non vanno tenute per l'intero arco giornaliero, salvo durante la fase di adattamento. La pausa deve essere di almeno otto ore, meglio le notturne. Vanno lasciate in ambiente umido perché all'asciutto seccano e si possono deformare. Per avere una buona circolazione occorre massaggiare quotidianamente le gengive, il palato e la lingua con uno spazzolino morbido: in tal modo si rimuove anche la placca che si accumula sulla gengiva stessa, causando infiammazioni, alitosi e candidosi. Un'accurata pulizia quotidiana della protesi, meglio sarebbe anche dopo ogni pasto, è indispensabile per la durata della stessa. Ci sono a tal fine spazzolini e dentifrici specifici, perché quelli tradizionali sono troppo abrasivi. Sono in commercio anche compresse effervescenti di pulizia da sciogliere nell'acqua per rimuovere il tartaro laddove lo spazzolino non arriva. L'uso delle paste o polveri adesive aiuta a fissare maggiormente la protesi alla gengiva, purché ci sia una sufficiente salivazione che favorisca il contatto fra gengiva e dentiera. Oggi che i trattamenti estetici sono così in voga, anche i denti ne rivendicano uno tutto per loro e questo è lo "sbiancamento" sotto forma di dentifrici e strisce. Nei dentifrici il meccanismo d'azione si basa sull'uso di sostanze abrasive come bicarbonato di sodio o silice e non abrasive come in quelli a base di licheni artici. Nelle strisce il principio attivo è il perossido di idrogeno al 6 per cento o il perossido di carbammide al 18 per cento che si scinde, a contatto con la saliva, in urea e acqua ossigenata con effetto ossidante sulle macchie. Il trattamento ha un'efficacia per sei-dodici mesi tranne nel caso di assunzione frequente di sostanze che

causano macchie nei denti come coca cola, caffè, liquirizia, tè, spezie, tetracicline, clorexidina, tabacco. Lo sbiancamento massimo ottenibile è di 4/6 tonalità.

Va infine ricordato che non tutti possono sottoporsi a questo trattamento: chi è affetto da parodontite, ha otturazioni, carie, recessioni gengivali o protesi deve consultare il dentista, così come devono fare le donne in gravidanza.

LE ULTIME NOVITÀ

Di recente introduzione sono anche i dentifrici per favorire lo sbiancamento e proteggere lo smalto dall'erosione da acidi, ossia da una demineralizzazione che indebolisce il bordo dei denti, causa anche della fastidiosa sensibilità al caldo e al freddo. Questo fenomeno è dovuto per lo più al cambiamento delle abitudini alimentari e all'abuso di bevande come succhi, vino, aceto e alcuni tipi di frutta acida. L'azione di questo dentifricio è legata alla presenza di una sostanza molto simile allo smalto dei denti (carbonato-apatite-zinco sostituita), che stimola la sua remineralizzazione oppure è in commercio un trattamento costituito da un dentifricio che contiene il peroxidone (polivinilpirrolidone + acqua ossigenata), un gel sbiancante che contiene il perossido di carbammide e un test per la verifica del risultato ottenuto.

Un altro presidio dentale, giunto da poco nelle farmacie, è il cosiddetto bite preconfezionato contro il bruxismo, cioè l'atto involontario di stringere e digrignare i denti, che si manifesta soprattutto durante il sonno, inducendo una progressiva usura dei denti, ma non solo; può anche essere causa di vertigini, cefalee, dolori all'articolazione della mandibola, cervicgia. Sintomo principale del bruxismo è la difficoltà ad aprire la bocca al risveglio. Il bite che troviamo in farmacia è una sorta di mascherina che separa le due arcate di denti; per meglio adattarlo alla propria dentatura lo si immerge per alcuni secondi in acqua bollente e quindi lo si indossa dandogli l'impronta. Il bite così applicato facilita anche il rilassamento delle fasce muscolari della mandibola e determina una riduzione della forza dei muscoli masticatori.



L'ESPOSIZIONE

Acquisto a prima vista

L settore dell'igiene orale è un comparto molto vitale, in cui il consiglio del farmacista ha modo di esprimersi al meglio. Bisogna tuttavia fare alcune considerazioni preliminari.

I prodotti di largo consumo, come spazzolini e dentifrici generici, sono acquistati principalmente al supermercato, e il fattore determinante è il prezzo; i prodotti più tecnici come scovolini, collutori medicati, integratori sono invece molto forti in farmacia. Esistono poi curiose spaccature, per cui il prodotto leader per la pulizia delle protesi (Polident) è della Gdo, mentre per il fissaggio vince la farmacia con Kukident. Ne consegue che questo settore ha molti capisaldi in farmacia che permettono una difesa dinamica.

Un altro punto importante è l'estrema variabilità morfologica delle confezioni, che crea notevoli problemi per la progettazione dell'esposizione. Ancora, il mercato offre alcuni prodotti di nicchia molto interessanti, che sebbene abbiano volumi ridotti danno l'impressione di un assortimento esaustivo ma anche di innovazione. Infine, l'igiene orale copre alcune problematiche che influiscono direttamente sui rapporti sociali del cliente (sorriso, alito) e sul bilancio economico, visto che un'igiene scarsa porta prima o poi a elevate spese dentistiche: su questi punti coinvolgenti a livello personale, il cliente è propenso a un consiglio qualificato che fuori dalla farmacia non trova.

LA GESTIONE DELLO SPAZIO

Partendo da questi presupposti, proviamo a mettere a fuoco alcune idee e proposte che, ovviamente, dovranno essere modulate in base alle dimensioni dello spazio che vogliamo o possiamo dedicare al settore.

Sebbene gli espositori offerti dalle aziende siano compatti ed esteticamente gradevoli, in genere sono troppo alti e incombenenti; inoltre, a fianco di prodotti ad alta rotazione ci sono sempre referenze che per anni resteranno lì intonse. Meglio quindi progettarsi un assortimento su misura.

Se decidiamo di trattare qualche dentifricio e spazzolino di largo consumo, in cui la leva sarà il prezzo, dovremo selezionare e porre in evidenza marchi già noti anche se presenti fuori canale (Mentadent, AZ...); anche i collutori come Listerine, che uniscono un prezzo ridotto a forti campagne pubblicitarie, vanno messi in risalto.

L'offerta va evidenziata non a scaffale ma su un piccolo banco ben visibile in posizione avanzata; posizione ancora migliore è sul banco presso le casse visto che il prezzo, che non dovrà essere molto lontano dai due euro, è attraente per l'acquisto d'impulso non pianificato. Questo punto non è secondario in quanto la Gdo qui vince non solo per il costo (che anzi, non di rado è superiore a quanto possiamo offrire noi con un taglio prezzo), ma per il processo d'acquisto che ha ormai inserito dentifricio e spazzolino nella lista delle cose da acquistare al supermercato. S'intende che perché il tutto abbia senso, l'offerta dovrà essere permanente e sempre in primo piano, visto che lo scopo, oltre al semplice acquisto d'impulso, è stimolare un travaso di referenze dalla "lista supermercato" a noi.

Il che ci porta alla domanda che ciascuno dovrà porsi: posso dedicare uno spazio permanente a questa offerta a ridosso delle casse, dove in fondo qualunque prodotto purché non sconosciuto può rendermi lo stesso se non di più? La risposta sta nel ruolo che vogliamo dare a ciascun settore: se decidiamo che quello dell'igiene orale è strategico e vogliamo investirci, lo spazio lo dobbiamo trovare.

È ovvio che poi un prodotto così ad alta rotazione può essere il canale per trasmettere informazioni e promozioni; un volantino o un adesivo attaccato alla confezione con un buono sconto per un'altra referenza del settore igiene orale, un richiamo a una novità, un invito a una giornata informativo-promozionale trasformano il nostro prodotto da semplice vendita a mezzo di comunicazione di massa (gratuito, tra l'altro). Ricordiamo che esiste un altro modo di fare promozione, che consiste nell'abbinare due pezzi o dello stesso prodotto o di referenze complementari con un prezzo speciale. Al vantaggio della doppia vendita si contrappone l'handicap di un prezzo globale più alto che, seppure attorno ai cinque euro, può essere meno invogliante. Pensiamo poi alla banalissima situazione di un cliente che acquista uno Zerinol e vi dà una banconota da 10 euro: due euro di spesa aggiuntiva ci stanno ancora, cinque no.

Passando al corner vero e proprio, qui esporremo i prodotti più tecnici, suddivisi per finalità d'uso.

Non è facile tuttavia posizionare fisicamente referenze con dimensioni tanto diverse tra loro: pensiamo al colluto-

Per i prodotti a basso costo il canale privilegiato rimane la Gdo ma una maggiore visibilità di dentrifici e spazzolini può indurre il cliente in tentazione. La difesa dinamica del farmacista deve puntare sulla qualità più che sui prezzi

DI GABRIELE NOBILI,
FARMACISTA (VARESE)

rio che si sviluppa in altezza, mentre il dentifricio ha un confezionamento basso e lungo, senza contare i molti prodotti “blisterati” che richiedono un gancio per essere esposti al meglio.

Affiancando confezioni così differenti ci ritroveremo con ripiani molto distanziati, a causa dell'altezza di colluttori e spazzolini, con i dentrifici che orizzontalmente occupano un fronte molto ampio e gli apparecchi elettrici che richiedono spazio.

SVILUPPO IN VERTICALE

La cosa è particolarmente problematica se la farmacia è piccola e in questi casi può essere necessario studiare un'esposizione non canonica che ottimizzi gli spazi.

Una via può essere quella di aggregare orizzontalmente i prodotti di dimensioni simili, alternando quindi ripiani molto spaziosi, in cui concentreremo prodotti alti come colluttori e spazzolini, ad altri più ravvicinati, in cui ci staranno comunque i dentrifici orizzontalmente e altre referenze basse (fili, ricambi per scovolini...). Per rendere quest'esposizione leggibile è opportuno però sviluppare almeno verticalmente le categorie; in altre parole, invece del ripiano “denti sensibili”, con le referenze sviluppate orizzontalmente, avremo la relativa colonna, con i dentrifici subito sopra i rispettivi colluttori. Questa ipotesi espositiva richiede molti sforzi per risultare chiara e ordinata, ma se lo spazio è poco permette di mostrare un'offerta ampia. Anche un'offerta stringata non deve comunque trascurare qualche prodotto di nicchia che può essere qualificante, come i trattamenti concentrati desensibilizzanti o i “bites” per il bruxismo. Da non trascurare le referenze per bambini, spazzolini, dentrifici e trattamenti al fluoro, qual-



che prodotto per chi porta l'apparecchio (cera, compresse pulenti, filo tipo “Superfloss”) e le gomme da masticare dedicate.

Tornando brevemente agli spazzolini manuali, bisogna incentivare un ricambio più frequente degli stessi (usati a dovere non reggono più di un paio di mesi) e quindi, oltre al prezzo, bisognerebbe informare il cliente che uno spazzolino deteriorato è dannoso; se avete modo di fotografarne uno molto usato da vicino e farne una bella stampa di buone dimensioni il cliente capirà a colpo d'occhio se il suo richiede un immediato rimpiazzo.

Sempre a proposito dell'informazione che possiamo dare e tramutare in un acquisto, i tanto utilizzati colluttori a base di clorexidina vengono parzialmente inattivati dai dentrifici classici, e quindi si dovrebbe utilizzare almeno temporaneamente un dentifricio in gel adatto: non a caso, ne esistono con lo stesso marchio dei colluttori e contenenti clorexidina.

Gli spazzolini elettrici hanno un prezzo che varia da circa dieci a oltre cento euro, ma è ovvio che la fascia bassa offre prodotti con caratteristiche limitate. A voi la scelta se offrire solo prodotti medio-alti, che possono essere più adatti per un canale in cui qualità e specializzazione sono valori da salvaguardare. L'azienda leader del settore *oral care* “elettrificato” è

Oral B, che è presente massicciamente fuori canale; anche questo può essere un incentivo a privilegiare apparecchi specialistici che altri punti vendita possono ritenere troppo costosi. Stiamo parlando comunque di prodotti che mediamente costano attorno ai 50-60 euro, un prezzo che non è inaccettabile se si sottolineano le caratteristiche di durata nel tempo della macchina e le eccellenti capacità pulenti.