

El.En - Innovazione e R&D i fattori critici di successo nel Medicale

Innovazione, focus sulla ricerca e sviluppo e potenziamento della cosiddetta attività di regulatory restano il fulcro della strategia di **El.En** per quanto concerne la divisione Medica. Pur in un anno caratterizzato dall'emergenza pandemica, infatti, il gruppo ha continuato ad investire nel lancio di nuovi prodotti, lavorando in parallelo all'ottenimento delle certificazioni necessarie alla vendita dei propri dispositivi. Fattori che a Firenze ritengono garantiranno un ritorno a una crescita virtuosa di lungo periodo non appena si assisterà a una stabilizzazione del quadro macroeconomico, e che hanno consentito di limitare gli effetti negativi anche in un contesto di crisi senza precedenti. 'Sviluppo continuo di prodotti di eccellenza attraverso un approccio customer based e privilegiando un costante controllo dei costi con una parallela ottimizzazione del rapporto qualità/prezzo, mantenendo il focus sulla R&D e sull'attività regulatory'. Sono queste le priorità strategiche della divisione Medica individuate dal Direttore Generale di **El.En**, Paolo Salvadeo, confermando come l'innovazione resti una leva vincente che da sempre ha caratterizzato lo sviluppo del gruppo, specialmente in un settore caratterizzato da elevate barriere tecnologiche all'ingresso. Un impegno che non ha rallentato nemmeno in un anno di crisi senza precedenti come il 2020, in cui **El.En** ha mantenuto in essere tutte le attività essenziali per sfruttare al meglio la ripresa del mercato continuando a lanciare nuovi prodotti. Il tutto reso possibile da un modello di business che ha confermato la capacità di reazione del gruppo anche in un contesto particolarmente sfavorevole, con una solidità finanziaria in grado di resistere a condizioni avverse senza sacrificare le potenzialità di crescita futura. Il focus sulla R&D per il continuo lancio di prodotti innovativi L'innovazione e il focus sulla ricerca e sviluppo restano il fulcro della strategia del gruppo fiorentino, che anche in un anno caratterizzato dall'emergenza pandemica ha continuato il lancio di nuovi prodotti sul mercato. 'La crisi del 2008 - ricorda il General Manager - ci ha insegnato come chi si è concentrato sul taglio dei costi e degli investimenti ha incontrato le maggiori difficoltà quando il mercato si è ripreso'. 'Da questo punto di vista, ritengo che abbiamo lavorato in modo virtuoso, facendoci trovare pronti per tornare a crescere non appena si assisterà a una stabilizzazione del quadro macroeconomico'. Se da una parte, infatti, l'outlook di breve periodo resta condizionato dall'incertezza legata al Covid-19, i driver di medio-lungo periodo non dovrebbero risentire di tale shock temporaneo, lasciando il management 'fiducioso che le determinanti alla base dello sviluppo dei nostri mercati restino immutate'. In particolare, per quanto riguarda la divisione Medica fattori come il costante invecchiamento della popolazione e la crescente domanda di apparecchiature per i trattamenti del corpo e di interventi mini-invasivi



Il Cittadino Online

EL.EN.

continuano ad essere elementi che offrono importanti opportunità di sviluppo nei segmenti dell' estetica e della chirurgia. 'Nei prossimi mesi mi aspetto un forte rimbalzo soprattutto nella parte chirurgica', dichiara Salvadeo. 'Chiaramente il Covid ha attratto l' attenzione e la maggior parte delle risorse degli ospedali in tutto il mondo, rinviando una serie di interventi e di attività diagnostiche che, con un ritorno alla normalità, dovranno essere eseguiti'. Il punto di partenza dell' innovazione resta comunque una forte analisi dei mercati, dell' arena competitiva in cui il gruppo opera e del conseguente posizionamento strategico. 'Stiamo utilizzando sempre di più un rapporto molto stretto con chi è opinion leader sia in estetica sia in chirurgia, attraverso un approccio customer based per dare voce al cliente e garantire ciò che si aspetta il mercato'. L' attività di regulatory È importante sottolineare come il focus sulla ricerca e sviluppo nel Medicale non sia però finalizzato al solo lancio di nuovi prodotti, ma riguarda anche la parte documentale e clinica per l' ottenimento delle certificazioni necessarie alla vendita dei sistemi medicali in tutto il mondo. 'Lavoriamo costantemente da un lato alle sperimentazioni cliniche con centri medici e ospedali, e dall' altro con strutture dedicate al cosiddetto regulatory, un procedimento piuttosto complesso ma indispensabile per ottenere l' autorizzazione alla vendita dei nostri dispositivi medici (ad esempio i marchi CE Medicale in Europa e la clearance della FDA in Usa).', spiega il Direttore Generale di **El.En**. 'La funzione regolatoria è qualcosa che sta diventando sempre più importante anche in previsione di una stretta delle normative, che creerà maggiori barriere all' ingresso andando a penalizzare società non strutturate come la nostra'. L' ottenimento delle certificazioni necessarie alla commercializzazione dei prodotti sta diventando, infatti, un processo sempre più lungo e complesso e 'noi ci siamo organizzati e mossi con largo anticipo con una struttura potenziata che ci consente di entrare in ogni paese'. Canali distributivi e brand awareness In parallelo, la società, anche alla luce della crescita significativa di tutti i brand in portafoglio, sta lavorando sulla scelta di distributori sempre più forti e capillari in tutto il mondo. 'Ogni nostra azienda che opera nel Medicale si sta evolvendo nell' andare a scegliere distributori sempre più strutturati e di grandi dimensioni, in grado di garantire le necessarie attività di marketing e di assistenza tecnica e specialistico-clinica verso i clienti' conferma Salvadeo. Un risultato reso possibile dalla crescente brand awareness riconosciuta ai marchi del gruppo, che rende possibili raggiungere target più alti a livello di catena distributiva. Proprio la riconoscibilità dei brand è stata una delle aree in cui **El.En** ha maggiormente investito negli ultimi anni attraverso una serie di attività di marketing digitale, potenziate ancora di più negli ultimi mesi quando i vari lockdown hanno comportato il quasi totale azzeramento di fiere e congressi a livello internazionale. A partire da marzo, le funzioni marketing e vendite, infatti, si sono avvalse dei mezzi di comunicazione virtuale via web al fine di mantenere attive le relazioni con i clienti, realizzando anche eventi per il lancio di nuovi prodotti. 'In un momento in cui le attività commerciali continuano ad essere ostacolate dalle restrizioni a viaggiare, abbiamo sviluppato un' intensa attività di webinar per continuare a coltivare i rapporti con la clientela

Il Cittadino Online

EL.EN.

in tutto il mondo'. Investimenti su innovazione efficienza Brand awareness e ricerca e sviluppo sono quindi aree in cui il gruppo ha investito molto e continuerà a investire, forte anche di una solidità patrimoniale che al 30 settembre 2020 vedeva una posizione finanziaria netta positiva per circa 50 milioni. 'Abbiamo dedicato importanti risorse per garantire, oltre al costante lancio di nuovi prodotti innovativi, una maggiore efficienza a livello produttivo e di operations. In particolare, stiamo puntando sull' acquisto di macchinari per essere più snelli e più veloci nello sviluppo dei prodotti.' 'Abbiamo iniziato un processo di maggiore integrazione verticale, internalizzando parti di produzione che prima esternalizzavamo per garantire una maggiore flessibilità, rapidità ed efficienza'. Un impegno costante a cui il gruppo non intende rinunciare poiché - spiega il General Manager - 'ritengo che continuare a investire e innovare sia imprescindibile per sopravvivere nell' arena competitiva e crescere nel medio-lungo periodo'. 'Al contrario di molti nostri concorrenti, che si sono concentrati principalmente sul taglio dei costi, abbiamo continuato a lanciare nuovi prodotti anche in questi mesi e assunto personale nel momento in cui è stato possibile. Siamo fiduciosi di essere ben posizionati per poter cavalcare la ripresa non appena verrà superata l' emergenza sanitaria'. Risultati e outlook Per quanto riguarda i risultati, ovviamente il 2020 è stato e sarà impattato dagli effetti della crisi legata al Covid-19, evidenziando comunque buoni segnali di ripresa nel terzo trimestre. 'In un contesto straordinario come quello pandemico, siamo decisamente soddisfatti dei risultati che abbiamo ottenuto, che hanno evidenziato la solidità del nostro modello di business' dichiara Salvadeo. In particolare, il terzo quarter ha registrato ottimi risultati sia in termini assoluti sia in relazione al periodo in cui sono stati ottenuti, con il settore Medica che ha recuperato regimi di funzionamento consoni alle aspettative ed ai piani di crescita pre-Covid registrando una crescita trimestrale pari all' 1,4%. Complessivamente, da inizio anno la divisione ha segnato un calo del 6,4% a 160 milioni, evidenziando una buona tenuta del segmento dell' Estetica, stabile rispetto al 2019 grazie all' immissione sul mercato di nuovi sistemi per epilazione, trattamenti del corpo e della pelle con un elevato grado di innovatività che hanno riscontrato un ottimo successo. Nonostante il terzo trimestre abbia mostrato un progressivo miglioramento per la seconda metà dell' anno registrando una rapida accelerazione del fatturato e dell' acquisizione ordini, il management ha confermato la guidance 2020 comunicata lo scorso giugno. Per l' intero esercizio, **El.En** prevede una diminuzione dei ricavi contenuta entro il 10% rispetto al 2019, alla luce della prudenza resa necessaria dal nuovo rallentamento delle vendite provocato dalla seconda ondata della pandemia, seppure nei primi nove mesi il fatturato evidenzia una contrazione limitata al 5%. Come detto però, al netto dell' incertezza Covid, i driver di crescita di lungo periodo nel Medica restano immutati. 'Siamo fiduciosi nelle nostre prospettive future e, grazie agli investimenti in R&D, stiamo già raccogliendo i nostri frutti, con i nostri nuovi prodotti che stanno ricevendo particolare consenso sul mercato soprattutto nell' estetica' conclude il Direttore Generale, Paolo Salvadeo. Fonte MarketInsight.