

La vita ti sorride
Fatti trovare pronta!

BlancOne 2010-2020

Intervista ad Andrea Picarelli sul successo di IDS e dei prodotti di sbiancamento dentale



Patrizia Gatto, direttore del Dental Tribune Italia, ha avuto il piacere di intervistare Andrea Picarelli, direttore marketing della IDS SPA, un'azienda che opera nel settore dentale da oltre 70 anni. Questa azienda, di carattere familiare, ha in tutti questi anni selezionato prodotti evoluti e tecnologia all'avanguardia con la finalità di migliorare le cure e la salute dei pazienti. La IDS ha in realtà iniziato alcuni anni fa anche la produzione di alcune linee proprio del settore dentale, esportandole poi in alcuni Paesi del mondo. Oggi però abbiamo un particolare evento: il decimo anniversario della linea BlancOne dedicata allo sbiancamento dentale.

Dott. Picarelli, festeggiare dieci anni di BlancOne significa prima di tutto parlare del successo e della nascita di IDS.

Buongiorno Patrizia, buongiorno a tutti. IDS, come diceva lei, è un'azienda familiare nel settore dentale da tre generazioni. Oggi siamo i miei fratelli ed io a cogliere il testimone, come si dice. E prima di noi è stato mio papà, proseguendo l'attività del nonno, fondò l'IDS come noi oggi la conosciamo. Vorrei iniziare ricordando mio papà che purtroppo è mancato in questi giorni e che è stato la figura che ci ha portati fin qui oggi. Lui ha attraversato quelli che sono gli anni più difficili di un'azienda, quelli iniziali, dove bisogna sopravvivere ed affermarsi sul mercato, lo ha fatto con grande forza e quindi mi faceva piacere ricordarlo e ringraziarlo per tutto quello che ha fatto. Se oggi siamo qui a parlare di IDS e di BlancOne è sicuramente grazie al lavoro che lui ha fatto nei decenni passati.

BlancOne, quest'anno, festeggia i dieci anni dall'inizio della sua avventura, iniziata appunto dieci anni fa quando alcuni ricercatori ci presentarono questa innovativa tecnologia e ci convinsero a prendere in considerazione uno sbiancamento dentale che ai tempi era assolutamente al di fuori dei nostri programmi. Da lì iniziò l'avventura che poi ha avuto varie fasi. Ricordo che ai tempi non eravamo interessati a un sistema sbiancante, da un lato perché pensavamo che bene o male ci fosse già un po' tutto sul mercato, dall'altro perché come azienda abbiamo sempre cercato di portare sul mercato qualcosa di nuovo che potesse aiutare i professionisti, dentisti e igienisti dentali nella loro professione. Quando ci siamo trovati davanti a BlancOne – che ai tempi non si chiamava BlancOne perché questo è il brand con cui l'abbiamo portato poi noi sul mercato – abbiamo capito veramente che c'era qualcosa di diverso.

Ci furono degli aneddoti particolari alla base della creazione di questo prodotto?

Sì, aneddoti ce ne sono stati tanti, a iniziare dal fatto che questo prodotto è nato dal basso, dalla ricerca di due dentisti appassionati di luce, laser e biologia. Avevano iniziato le loro ricerche ormai più di venti anni fa su questi argomenti e riuscirono a trovare e mettere a punto dei meccanismi di azione assolutamente innovativi che poi hanno fatto tanta strada. Diciamo che lo sbiancamento è stato il primo e il più "sciocco" – se vogliamo – dei prodotti

che sono nati con questa ricerca, con queste tecnologie, che poi ha spaziato in tanti campi. Poi siamo stati, direi a livello mondiale, un po' gli unici a cogliere appieno questa innovazione e a portarla sul mercato.

Quali sono stati i momenti e gli step fondamentali che hanno permesso al prodotto di assumere un ruolo così di rilevanza, in mezzo a una grande vastità di prodotti di sbiancamento in questi primi 10 anni?

Sicuramente due momenti fondamentali: il primo quando iniziammo dieci anni fa; la caratteristica di questa tecnologia era ed è quella di accelerare "notevolissimamente", mi passi il termine, le reazioni che sono alla base dello sbiancamento dentale e quindi di

negli anni e il secondo momento sicuramente importante, forse determinante, è stato nel 2016 quando lanciammo la linea cosmetica, una linea basata sull'utilizzo di basse concentrazioni di perossido di idrogeno. Lì veramente si è data una svolta al mercato perché per la prima volta si è reso possibile, in modo efficace, l'uso delle concentrazioni così basse, come previsto tra l'altro dalla normativa europea, non solamente a casa con le mascherine, ma anche in una seduta in office.

Come spesso succede, oltre ai successi, si passano anche dei momenti difficili che poi però diventano la grande occasione che permette di migliorare. In questo caso, ci può raccontare questi momenti difficili che hanno consentito alla linea

ed entrammo in contatto con la ricerca di base, svilupparammo nuove formulazioni e appunto le nuove linee cosmetiche che sicuramente sono oggi quelle di maggior successo. Così ritornammo nel 2016 con la nuova linea rinnovata e con la grande star del nostro portfolio oggi, che è il trattamento BlancOne Click che per la prima volta ha permesso di produrre risultati efficaci in pochissimi minuti – in 10 minuti – e quindi di collegare lo sbiancamento anche all'igiene dentale che era un qualcosa che ci veniva molto richiesto dal mercato, dagli igienisti che sentivano questa esigenza da parte dei pazienti. E lì è stata sicuramente una svolta perché siamo andati a cambiare un po' l'approccio, lo sbiancamento, le possibilità che uno studio ha di interagire, di arrivare ai propri pazienti con uno sbiancamento dentale.

ca dove siamo andati veramente a creare delle possibilità a portata di tutti per un sorriso più bianco.

Dopo dieci anni, in questo anniversario, le chiediamo doverosamente alcune numeriche. Qual è la posizione, la quota di mercato che ricopre attualmente il prodotto BlancOne e quali sono i vostri obiettivi per i prossimi dieci anni?

IDS è un'azienda che ha una storia e un background italiano... quindi chiaro che oggi la parte del leone la fa in Italia prima di tutto per quanto riguarda lo sbiancamento in studio; dai dati che abbiamo, siamo ritornati ad essere – perché lo eravamo già diventati una volta – il brand più apprezzato. Ma la cosa più importante secondo me non sono le cifre e i fatturati, ma il numero di persone che abbiamo permesso di toccare con lo sbiancamento. Perché se pensiamo che BlancOne Click viene proposto mediamente intorno ai 50 € al paziente, se noi andiamo a convertire quelle che sono le cifre ed i fatturati e li guardiamo dal punto di vista dei trattamenti, possiamo senz'altro affermare di aver moltiplicato tre, quattro, cinque volte il numero di pazienti che ogni anno si sottopongono a un trattamento professionale grazie all'introduzione del BlancOne Click e questo ci rende molto orgogliosi perché questa è proprio la nostra mission: aprire il mercato e portare lo sbiancamento professionale a quante più persone possibile. Sono convinto che abbiamo ancora moltissima strada da poter percorrere e oggi, con il prodotto nelle nostre mani, abbiamo potuto perseguire anche uno internazionale. Oggi BlancOne è presente praticamente in tutta Europa, in diversi Paesi del Sud Est Asiatico. Siamo partiti in questi giorni in Israele, in Sud Africa e in diversi Paesi dell'Est Europa. Lo sviluppo internazionale è sicuramente il lavoro su cui ci stiamo focalizzando adesso e su cui ci stiamo concentrando per i prossimi anni.

Bene! La vostra politica è quella di supportare i professionisti – questa è proprio la politica dell'azienda IDS stessa – ma in questo caso c'è la possibilità per i professionisti e per gli studi di diventare un centro BlancOne. Che cosa significa diventare un centro BlancOne e quali sono i vantaggi per i professionisti dello studio?

Sì, questa è una cosa che ci caratterizza e poi altri hanno seguito le nostre



riuscire a portare uno sbiancamento in studio in tempi molto gestibili, ben al di sotto dell'ora tipica di uno sbiancamento in office. E quindi un notevole comfort per il paziente, tempi ridotti alla poltrona... Ma ancora più importante, dal mio punto di vista, è che, proprio questi meccanismi accelerati di fotochimica, sono riusciti a portare uno sbiancamento senza effetti collaterali e quindi ad eliminare quello che è uno dei principali fattori discriminati dello sbiancamento: l'ipersensibilità dentinale. Questi effetti collaterali non ne hanno mai fatto un trattamento di massa nonostante noi sappiamo che tutti desiderano un sorriso più bello e più bianco, hanno sempre tenuto questa pratica un po' ai margini. Gli stessi odontoiatri 10 anni fa non erano molto propensi a proporre lo sbiancamento proprio per l'elevata incidenza della ipersensibilità dentinale che era ed è tutt'oggi correlata allo sbiancamento. Poi questa ricerca e questo sviluppo sono andati avanti

BlancOne l'attuale successo?

C'è stato in particolare un momento molto difficile dopo i primi tre anni di grande successo, almeno a livello italiano, che ai tempi era quello nel quale operavamo con BlancOne; l'azienda che deteneva i brevetti e le licenze di questo prodotto, che noi avevamo appunto in licenza, decide di cedere questo ramo dedicato allo sbiancamento e in questo passaggio di mano si crearono notevoli problemi. Addirittura noi rischiammo di perdere il marchio BlancOne perché era legato comunque al prodotto nel passaggio, addirittura poteva essere rilevato per un dollaro da chi acquistò ai tempi questa licenza. E quindi lì fu un momento di grave crisi, perché rimanemmo senza il prodotto per mesi, quindi il mercato – come si dice – ci svanì fra le mani molto rapidamente. Quando il prodotto ritornò non era più lo stesso di prima. Furono tempi e anni molto difficili per BlancOne. Poi facemmo nostra questa ricerca

Si parlava proprio del fatto che ci sono molti prodotti sbiancanti sul mercato e in parte ci ha già risposto ma vorrei ancora sottolineare qual è la filosofia che sta alle base di BlancOne in poche parole e che quindi la differenzia dagli altri prodotti.

Fondamentalmente la nostra filosofia, la nostra mission fin dal primo momento, quando capimmo cosa avevamo fra le mani dieci anni fa, è sempre stata quella di portare lo sbiancamento ad essere un trattamento accessibile a tutti, quindi non più come è stato in passato solo per pazienti estremamente motivati allo sbiancamento quindi disposti anche a soffrire un po', a lunghe sedute, a utilizzare mascherine per giorni, settimane a casa e anche a spendere delle cifre importanti, ma quello di renderlo un trattamento privo di effetti collaterali e accessibile un po' a tutti e questo è quello che siamo riusciti a fare soprattutto con l'introduzione della linea cosmetica

La vita ti sorride
Fatti trovare pronto!

< pagina 18

orme. Per noi BlancOne è un'occasione non solo di parlare ai professionisti, ma anche ai loro pazienti quindi di arrivare a fare una comunicazione molto profonda da un punto di vista verticale portando l'informazione che oggi ci sono opzioni di sbiancamento dentale sicure, affidabili, prive di effetti collaterali, anche abbordabili da un punto di visto economico perché se pensiamo ai 50 € sono qualcosa che un po' tutti, specialmente voi donne, avete nella vostra mentalità, sono cifre che spendete non dico tutte le settimane, ma quasi... dal parrucchiere piuttosto che nel centro estetico. Quindi è molto facile se si ha un prodotto immediato e conveniente, veloce, confortevole, senza effetti collaterali, arrivare a proporlo al paziente al paziente a fine seduta. Essere un centro BlancOne significa chiaramente avere sposato questa filosofia, utilizzare i nostri prodotti e noi diamo la possibilità ai centri di essere promossi da noi. Facciamo, soprattutto a livello social, campagne di sensibilizzazione e di informazione rivolte ai pazienti e invitiamo i pazienti a provare i nostri trattamenti presso i centri BlancOne che oggi sono quasi sei mila soltanto in Italia. Quindi ovunque un italiano voglia provare un trattamento BlancOne può sicuramente trovare un centro vicino a casa dove farlo.

Dottor Picarelli, per concludere questa nostra chiacchierata vorrei chiederle innanzitutto quale evoluzione prevede per il prodotto nei prossimi anni?

Noi stiamo continuamente lavorando per migliorare ulteriormente i nostri prodotti, le nostre formazioni, i nostri team di ricerca sono al lavoro, anche se non è facile migliorarsi. Diciamo che la nostra attenzione al momento è, oltre a rendere sempre più efficaci e durevoli i nostri trattamenti, quella di andare a cercare ingredienti sempre più naturali per poter sviluppare anche da un punto di vista di packaging i prodotti in modo sempre più eco-friendly, quindi queste sono un po' le nostre sensibilità del momento per quanto riguarda lo sviluppo del prodotto. E quella chiaramente di poter offrire sempre più occasioni e opportunità di utilizzo della nostra tecnologia. Un altro nostro sogno sarebbe quello di poter portare la nostra tecnologia anche nelle case dei pazienti con un utilizzo domiciliare, cosa che non è facile, però stiamo lavorando anche in quella direzione.

Concludiamo questa intervista rivolgendole doverosamente una domanda personale. Si è speso con molta passione nello sviluppo, nel marketing, nella commercializzazione del prodotto BlancOne, seguendone anche tutta la parte di ricerca e sviluppo nel mondo del commercio di BlancOne. Quali sono stati per lei i momenti, ma soprattutto che cosa ha significato nella sua carriera e nella sua vita professionale, questa dedizione per il prodotto BlancOne?

Beh... Diciamo che ne vado partico-

larmente fiero ed è ogni giorno una grande sfida. I miei soci, i miei colleghi, i miei fratelli a volte mi rimproverano di essere un po' monotematico occupandomi di tutto il marketing dell'IDS, ma ho sicuramente un'attenzione notevole a quello che è il mondo BlancOne perché ne ho colto l'innovazione e mi ha appassionato. Da un punto di vista professionale è sicuramente un fiore all'occhiello perché non solo abbiamo portato soluzioni - da un punto di vi-

sta clinico - nuove e innovative, diverse, che hanno e stanno aprendo il mercato dello sbiancamento, ma siamo stati in grado anche di supportarle con tantissime attività di marketing, oltre alla formazione del brand, alla creazione di un vero gruppo di appassionati. In un recente sondaggio che abbiamo fatto quest'anno, abbiamo rilevato un'altissima percentuale - oltre il 30% - dei centri che hanno segnalato un estremo gradimento dei nostri trattamenti,

del BlancOne Click in particolare e una voglia di condividerlo come abbiamo visto in tante occasioni con i colleghi. Diciamo che questo, per chi si occupa di marketing, è un po' come avere un fan e questo è l'ultimo stadio possibile del percorso di un cliente: una quota così elevata dei nostri utilizzatori è qualcosa che mi rende particolarmente orgoglioso del lavoro che abbiamo fatto insieme ai miei colleghi in questi anni. Grazie Andrea Piccarelli, grazie a IDS

SPA Italia, a cui auguriamo di avere successo sempre di più nei prossimi dieci anni, ma dalle cose ci ha raccontato è un successo quasi certo, ne siamo orgogliosi come italiani perché quando le aziende familiari italiane portano il Made in Italy nel mondo, non possiamo che esserne tutti incoraggiati e orgogliosi. Arrivederci!

Patrizia Gatto



Igiene xx\$?

Ottieni il ma\$\$imo da ogni seduta con lo sbiancamento post-igiene BlancOne® CLICK!

BLANCONE® CLICK

Migliora da 3 a 5 toni di bianco* in soli 10 minuti senza protezione gengivale zero sensibilità.

235.570 trattamenti CLICK effettuati in Italia nel 2019

*: Toni di sbiancamento tipico 21.700 casi documentati con la App BlancOne PRO (Scala VITA classic riorganizzata per lo sbiancamento)



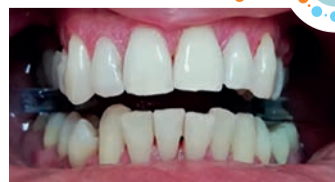
Hygiene

20/40 min



Hygiene Whitening

+10 min



Richiedi una dimostrazione gratuita nel tuo studio!



10 years
BLANCONE

www.blancone.eu/click-dt



CLICK

Tel. 019 862080 - email: helpdesk@blancone.eu

BlancOne® è un prodotto e marchio registrato di:
IDS Spa - Italy - www.ids dental.it

© IDS Spa 2020 - tutti i diritti riservati

