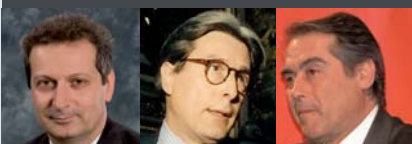


All'interno le interviste a...



dr. Marco Esposito dr. Paolo Monestiroli prof. Mauro Orefici

7

9

18

Diritto sanitario

La responsabilità penale da "collaborazione abusiva"

11

Opportunities

Una complessità generatrice di opportunità

13

Fisco & Dintorni

Le ristrutturazioni edilizie 2012

24



Mentoplastica: come intervenire sui difetti del mento

A cura del prof. Marco Gasparotti

8



Voglia di cambiare, ma quanto spendo?

Intervista all'arch. Stefano Agnello

29



Guardare al futuro nonostante la crisi

Intervista al dr. Gianluca Pinto di NTV Spa

4

A lezione di management sanitario



Il Marketing virale e le neuroscienze

Antonio Pelliccia, Direttore Responsabile Mediamix

Il marketing virale è una tipologia di marketing non convenzionale che sfrutta la capacità comunicativa di pochi soggetti interessati per trasmettere il messaggio ad un numero elevato di utenti finali. Un esempio di marketing? La newsletter mensile che i miei clienti odontoiatri inviano via e-mail ai loro pazienti. Queste mail spedite a poche persone (i pazienti) diventano esponenziali, in quanto gli stessi pazienti le indirizzano ai loro familiari, amici e colleghi. Perché? Semplice, sono trattati argomenti interessanti, utili, con una comunicazione emozionale capace di attivare la modalità neuronale di apprendimento di cui parlerò in seguito.

La modalità di diffusione del messaggio segue un profilo tipico che presenta un andamento esponenziale, da trenta persone si possono

raggiungere 30.000 lettori, ad esempio. È un'evoluzione del passaparola, ma si distingue per il fatto di avere un'intenzione volontaria da parte dei promotori della comunicazione (i pazienti stessi).

VIRAL MARKETING

Il termine nasce nella metà degli anni '90 con Draper Fisher Jurvetson utilizzando una analogia biologica con la diffusione esponenziale di un virus, e l'espressione viral marketing diviene nel 1998 marketing "buzz-word of the year".

Il principio del viral marketing si basa sull'originalità di un'idea: qualcosa che, a causa della sua natura o del suo contenuto, riesce a espandersi molto velocemente in una data popolazione.

Continua a pag. 5

CPA 2012-2013 X Edizione

Corso Pratico Annuale di Management & Marketing

Marketing,
Management,
Economia,
Leadership

Strategie di successo professionale
Il vantaggio competitivo



Dal passaparola al Web 2.0

Perché scegliere il CPA Arianto:

- 1.** Non tutti gli studi dentistici sono uguali, ■ variabili quali il territorio, l'economia, la concorrenza e l'avviamento sono fattori imprescindibili da valutare!
- 2.** Non tutti i corsi di gestione, marketing ed ■ economia permettono di raggiungere gli stessi obiettivi. La discriminante principale è data dall'esperienza del docente. Noi abbiamo svolto più di 250 consulenze in 20 anni.
- 3.** I nostri corsi sono tenuti da un team co- ■ stantemente integrato ed aggiornato di validi professionisti, composto da: avvocato, psicologo, economista, biologo, odontoiatra, fiscalista, architetto, web designer, ingegnere gestionale. La direzione è affidata al prof. Antonio Pelliccia.

Consulta l'intera gamma di servizi e strumenti che riceverai durante il CPA attraverso il sito

www.arianto.it

Arianto



Date

Sede di Milano

15 ottobre (2012)
12 novembre (2012)
03 dicembre (2012)

14 gennaio (2013)
11 febbraio (2013)
11 marzo (2013)

Sede di Roma

05 novembre (2012)
10 dicembre (2012)

10 gennaio (2013)
04 febbraio (2013)
04 marzo (2013)
08 aprile (2013)



Prof. Antonio Pelliccia

Consulente di Direzione
per le Strategie di Impresa
e per la Gestione Strategica
delle Risorse Umane, Marketing
& Management.
Prof. a c. Economia
ed Organizzazione Aziendale
Università Cattolica del Sacro
Cuore Policlinico Agostino
Gemelli, Roma ed Università
Vita e Salute Ospedale
S. Raffaele, Milano.



Consulting Management Education

L'eccellenza nella gestione
manageriale, il Brand identificativo
della ricerca attraverso l'attività
operativa e delle consulenze
dirette presso l'area sanitaria
ed in particolare odontoiatrica,
dal 1997.

Arianto S.r.l.
EDIZIONI MEDICHELa
rivista
di

Informazione

Economia

Marketing & Comunicazione

Management

per
il
settore
sanitarioRegalati
Mediamix,
abbonarsi
è gratuito...
e basta solo
un clickInquadra il QR Code
con la fotocamera del tuo
cellulare per abbonarti
gratuitamente online
www.mediatrixweb.it

Sommario

ARIANTO

sarà presente al
55° Congresso Amici di
Brugg che si terrà a Rimini
dal 24 al 26 maggio
prossimi (vedi pagina 31).Vieni a conoscere le ultime novità sui
nostri corsi e sulle nostre consulenze,
avrà inoltre la possibilità di abbonarti
gratuitamente a MEDIAMIX, la rivista
di informazione e management
sanitario studiata per il tuo successo
professionale.Troverai il nostro stand all'in-
terno del padiglione C5.
Ti aspettiamo!Intervista a... **Gianluca Pinto**
Il made in Italy corre sui binari

4

A lezione di management sanitario, **Antonio Pelliccia**
Il Marketing virale e le neuroscienze

5

Intervista a... **Marco Esposito**
Odontoiatria, evidenze scientifiche ancora troppo scarse

7

Medicina estetica, **Marco Gasparotti**
Mentoplastica: come intervenire sui difetti del mento

8

Intervista a... **Paolo Monestiroli**
Un'alleanza terapeutica per salvaguardare la professione

9

Diritto sanitario, **Silvia Stefanelli**
La responsabilità penale da "collaborazione abusiva"

11

Opportunities, **Simone Scaccia**
Una complessità generatrice di opportunità

13

Architettura & Design, **Nicoletta Gandolfi**
Il comfort ambientale per il benessere del paziente e non solo

14

Intervista a... **Michael Magri**
Re-age, la nuova frontiera della bellezza

15

Intervista a... **Mauro Orefici**
Odontoiatria a domicilio per i pazienti più deboli

18

Mondo Web, **Andrea Zucca**
La forza del web sono i contatti: come gestirli?

19

Intervista a... **Jacopo Gualandi**
Il nostro impegno per un'odontoiatria all'avanguardia

23

Fisco & Dintorni, **Vincenzo Statelli**
Le ristrutturazioni edilizie 2012

24

Intervista a... **Stefano Agnello**
Voglia di cambiare, ma quanto spendo?

29

Il made in Italy corre sui binari



dr. Gianluca Pinto

Responsabile Marketing e Servizi NTV Spa

Rivoluzionare le abitudini di viaggio degli italiani. Un obiettivo non da poco quello che si è prefissato NTV. Ce lo conferma?

Di rivoluzioni non c'è davvero bisogno, anche perché il miglioramento del servizio sull'Alta velocità, grazie all'arrivo della concorrenza, è ormai tangibile. Quello che vogliamo offrire è invece, più semplicemente, un nuovo modo di viaggiare. I nostri treni sono frutto delle tecnologie di ultima generazione e questo ci permette di garantire a tutti i viaggiatori grande qualità del viaggio e comfort elevato con poltrone spaziose e in pelle Frau in tutti gli ambienti, il tutto con un occhio particolarmente attento al rispetto dell'ambiente e a un ridotto impatto sonoro all'esterno. Il nostro impegno è fare in modo che lo spostamento in treno diventi con Italo un'esperienza sempre piacevole, dove è possibile rilassarsi guardando la televisione in diretta sul portale di bordo o un film nella carrozza cinema, lavorare con l'aiuto di una connessione veloce, affidabile e gratuita in tutti gli ambienti, rimanere sempre connessi, in una parola, al proprio mondo. Tutto questo nasce da un capovolgimento di prospettiva: il nostro progetto di servizio è disegnato attorno alla valorizzazione del tempo di viaggio e alla soddisfazione piena delle esigenze del viaggiatore. Per NTV, insomma, prima di tutto viene l'uomo. E le più moderne tecnologie sono al suo servizio.

In un contesto economico come quello che stiamo attraversando, avviare una realtà aziendale della portata di NTV non sarà certo stato semplice. Alla luce del pessimismo diffuso che sta prendendo sempre più piede, nel nostro Paese e non solo, quali sono le sue riflessioni?

Il momento economico è indubbiamente negativo. E questo dà un valore aggiuntivo allo sforzo che ha compiuto NTV: abbiamo investito risorse interamente private per un miliardo di euro, abbiamo costruito in soli 21 mesi un modernissimo centro di manutenzione a Nola, stiamo assumendo con contratto a tempo indeterminato oltre mille persone, che con l'indotto diventeranno 2000, e paghiamo a Rfi per l'uso dell'infrastruttura un canone in dieci anni di un miliardo di euro. Non si può davvero dire che i soci di NTV non abbiano avuto coraggio, lungimiranza e, soprattutto, ferma fiducia nel Paese. Bè, penso che alla fine questa sia una bella iniezione di ottimismo che fa bene a tutto il Paese.

L'Italia crescerà solo se lo farà unita. Un'intenzione ancora poco praticata considerato il pesante gap che continua a persistere tra Nord e Sud. A tal proposito ci auguriamo che Italo varchi presto la frontiera di Napoli spingendosi più a Sud, contribuendo così a ridurre le distanze, non solo fisiche, tra il mezzogiorno



Italo, il nuovo treno ad Alta Velocità di NTV

e il resto del Paese. Avverrà ciò?

Purtroppo correre sui binari che portano prevalentemente dal Centro al Nord non è una libera scelta di NTV. A parte Napoli e Salerno, dove arriveremo a fine agosto, nel resto del Sud manca l'infrastruttura adeguata a un treno che corre a 300 km orari. Ci auguriamo che le cose cambino al più presto e però, nonostante questa forte limitazione, le faccio notare come NTV abbia comunque avuto un occhio di riguardo verso il Meridione. Non potendo arrivarci con il treno, abbiamo portato un pezzetto del nostro Italo e del nostro impegno a Nola, dove abbiamo costruito come le accennavo il modernissimo centro di manutenzione dei treni che ha consentito oltre 350 assunzioni, e a Reggio Calabria, dove abbiamo portato la nostra voce, Pronto Italo, il Contact Center che gestisce System House e che dà lavoro a una sessantina di giovani interamente dedicati a Italo, che diventeranno molti di più con lo sviluppo progressivo del servizio.

VINCENZO MARRA ■



prof. Antonio Pelliccia
Economista esperto
in management sanitario

Il Marketing virale e le neuroscienze

Continua da pag. 1

Come un virus, l'idea, che può rivelarsi interessante per un utente, viene passata da questo ad altri contatti, da questi ad altri ancora e così via. In questo modo si espande rapidamente, tramite il principio del "passaparola", la conoscenza del messaggio.

In genere, il termine è riferito agli utenti della rete che, più o meno volontariamente, suggeriscono o raccomandano ad amici, conoscenti o familiari, l'utilizzo di un determinato servizio (per esempio quello promosso dallo studio odontoiatrico nella fattispecie).

Ultimamente questa tecnica promozionale si sta diffondendo in modo scientifico, grazie alle conoscenze derivanti dagli studi sulle neuroscienze, nella comunità in rete, grazie alla possibilità di poter comunicare in maniera chiara, veloce e soprattutto gratuita.

Ma perché sono importanti questi riferimenti alle neuroscienze?

L'esempio di marketing virale di cui vi

ho precedentemente scritto, la Newsletter via mail spedita ai pazienti dello studio, i quali a loro volta la inoltrano a familiari, amici, conoscenti, non avrebbe tale effetto se non contenesse storie divertenti, giochi online, siti web curiosi: contenuti in grado di attirare nel giro di pochi giorni migliaia di visitatori.

Ecco che, utilizzando le ultime scoperte degli studi sulla comunicazione neuronale, sappiamo "motivare" l'interesse, la memoria, l'azione. Come fa una canzone a scalare le hit mondiali? Come fa un marchio nuovo a diventare famoso in poco tempo? Come fa una persona ad essere riconosciuta e ricordata per molto tempo?

La risposta è nella "memetica".

I "memi" sono opinioni contagiose che si trasmettono come virus trasferendosi da persona in persona.

Operano allo stesso modo dei geni e dei virus, impiegando come veicoli di trasmissione i mezzi di comunicazione ed i contatti interpersonali tra esseri umani.

Attraverso opinioni contagiose, memi, le informazioni si diffondono in maniera dilagante proprio come i virus. Ecco da dove si origina il viral marketing.





Nella realtà odierna questi memi-passaparola assumono rilevanza fondamentale. I vettori di diffusione sono i media (tv, internet, gli sms, la stampa, la radio, ecc...), utilizzati come portatori di memi in grado di cambiare abitudini e stili di vita delle persone. È questa l'altra grande evoluzione del "passaparola" che si sta delineando nel marketing.

MEMETICA

La scienza che studia i memi è la Memetica e definisce il meme come l'unità basilica dell'evoluzione culturale. La nostra cultura è cresciuta ed è in continua evoluzione grazie alla capacità di trasmissione dei memi che, da quando esiste l'uomo, viaggiano nei secoli diffondendosi a dismisura. Si può liberamente affermare che rappresentano l'elemento più importante che tutela la sopravvivenza dell'uomo, il suo sapere. Il termine fu coniato da Richard Dawkins, noto biologo inglese, nel 1976 e la sua etimologia deriva dalla radice greca "mimema" = "ciò che è imitabile". Potremmo dire che i memi sono simili ai nostri geni e rappresentano i veri portatori sani dell'informazione che genera la conoscenza. Quindi, la cultura si diffonde attraverso la

comunicazione e lo sviluppo dell'uomo attraverso la replicabilità delle azioni che hanno consentito all'uomo di progredire e di salvaguardare il proprio patrimonio culturale, in una evoluzione continua.

I memi sono molto potenti e sono irresistibili...

Avete mai provato quello strano desiderio di raccontare una storia, un fatto, un evento che avete osservato o che vi è stato a vostra volta raccontato?

Ecco, questo è il vero potere replicante! E quante volte vi hanno confessato o svelato un segreto, anche raccomandandovi di non parlarne con nessuno? E cosa è successo nel tempo?

Si è scatenato un meme talmente forte e potente che ha spinto il possessore a diffonderlo, agevolando quindi la trasmissione e la propagazione della notizia, come un vero virus mentale!

Un tempo era il passaparola lo strumento principale del successo, oggi lo sono tutti i Referral. Ecco perché iniziai a parlare di Referral Program in odontoiatria già sei anni fa!

Nel prossimo articolo su Mediamix affronteremo il tema delle

neuroscienze applicate al marketing, e gli studi sui "neuroni specchio".

Intanto vi lascio con un consiglio: affidate il vostro nome a veri professionisti del marketing, perché i miei clienti mi comunicano che purtroppo, anche in questo settore, la pleora sta avanzando!



"Marketing odontoiatrico", l'ultimo libro del prof. Antonio Pelliccia, contiene preziosi suggerimenti per una corretta gestione del marketing professionale.

ANTONIO PELLICCIA ■

**dr. Marco Esposito**

Direttore scientifico dell'European Journal of Oral Implantology,
del Cochrane Oral Health Group,
della Rivista Italiana di Stomatologia

Odontoiatria, evidenze scientifiche ancora troppo scarse

Dr. Esposito, quanto è utile la ricerca clinica per un dentista?

Lo spaccato è quello di una realtà nella quale siamo letteralmente sommersi da informazioni, spesso contraddittorie, dove per lo stesso problema clinico vengono prospettate una decina di soluzioni, anche diametralmente opposte, credo che il dubbio sorga spontaneo. È possibile che tutte queste terapie funzionino allo stesso modo? Ci sono troppe domande a cui non riusciamo a dare una risposta certa, ma le cui implicazioni per i nostri pazienti sono decisamente rilevanti.

Ci fa qualche esempio concreto?

Per esempio, in caso di una mandibola posteriore atrofica con una altezza ossea di 6 mm sopra il canale mandibolare, è meglio un impianto corto (molto corto, mi riferisco ad una altezza di soli 5 mm) oppure un aumento osseo verticale per posizionare impianti lunghi almeno 1 cm? Nel caso di un dente endodonticamente trattato ma ancora sintomatico, è meglio reintervenire o sostituirlo con un impianto? Per un paziente con un mascellare superiore edentulo e molto atrofico, che non riesce a tollerare una protesi totale, è meglio ricevere 4 impianti zigomatici caricati immediatamente

o essere sottoposto ad innesto osseo per poter posizionare un numero sufficiente di impianti? Se abbiamo di questi dubbi e li vogliamo risolvere, il modo più comunemente usato è quello di chiedere l'opinione dell'esperto di turno. Il problema è che più esperti interpelliamo e più opinioni (divergenti) avremo. La ricerca clinica dovrebbe servire a dirimere questo tipo di dubbi. Purtroppo non tutta la ricerca clinica è condotta in maniera metodologicamente corretta, ed esistono motivazioni o interessi che possono fuorviare i risultati.

È assolutamente necessario che ognuno di noi sia in grado di discriminare fra una ricerca ben fatta, e quindi attendibile, e ricerche condotte in maniera approssimativa e quindi meno attendibili.

L'odontoiatria basata sulle evidenze (prove) scientifiche dovrebbe essere la

soluzione a questo problema. Fin qui tutto bene, almeno in teoria. E sì, perché in pratica ad oggi le evidenze scientifiche in odontoiatria sono piuttosto scarse.

Come trattare allora i pazienti in mancanza di prove scientifiche certe?

Ovviamente bisogna agire dato che non è possibile attendere delle risposte che forse arriveranno fra decenni, ma un conto è agire con la presunzione e la saccenta di essere nel giusto ed un altro è agire con l'umiltà e lo spirito di osservazione di chi legittimamente dubita, ma comunque vuole fare del suo meglio ed imparare.

In un mondo in cui tutti vogliamo certezze, ma che al contrario viviamo in una incertezza onnipresente, c'è solamente una cosa da fare: rimboccarsi le maniche e cercare di imparare con sana umiltà sia clinica che scientifica. Si continua a ripetere

che c'è bisogno di più ricerca clinica, ma personalmente non sono affatto d'accordo, ritengo ce ne sia fin troppa. Abbiamo bisogno di meno ricerca, ma che sia condotta in maniera corretta e con le giuste motivazioni. Cosa può fare un semplice dentista per contribuire alla ricerca clinica? Per lo meno cercarla, leggerla, ma soprattutto esigerla.

VINCENZO MARRA ■



Mentoplastica: come intervenire sui difetti del mento



a cura del **prof. Marco Gasparotti**
Specialista in Chirurgia Plastica ed Estetica
Membro delle Società Americana,
Brasiliana ed Italiana di Chirurgia Plastica

Un mento sproporzionato, in eccesso o in difetto rispetto agli altri parametri del volto, conferisce, a volte, un aspetto quasi da caricatura.

Nell'immaginario collettivo il 'cattivo' ha sempre un mento importante, mentre la persona senza carattere ha in genere un mento sfuggente.

Nei casi di mento troppo prominente (prognatismo), o troppo sfuggente, troppo spigoloso o troppo smussato, di eccessivo o ridotto sviluppo dell'osso mandibolare, associato ad una ipo o ipertonicità del muscolo, si interviene con un intervento di mentoplastica.

Spesso combinata ad una rinoplastica in un solo intervento, la mentoplastica rientra nel generale concetto di profiloplastica, alla ricerca di una migliore armonia dei profili del volto.

Prognatismo

L'eccessiva sporgenza ossea ed osseo-muscolare viene eliminata praticando un'incisione nella parte bassa della

gengiva, all'interno della bocca, effettuando lo scollamento del periostio (la membrana che riveste l'osso) ed asportando la superficie ossea in eccesso ed eventuali porzioni del massetere, causa dell'ipertonicità muscolare.

L'intervento dura all'incirca un'ora e

mezza, viene eseguito in sala operatoria in anestesia locale con sedazione e prevede un ricovero in regime di day hospital.

Dopo l'intervento si porterà un bendaggio elastocompressivo per tre/quattro giorni, e contestualmente alla rimozione del bendaggio si potrà riprendere una normale vita lavorativa e sociale.

Mento sfuggente

Quando il mento è poco pronunciato, poco 'maschile', si ricorre all'inserimento di una protesi, scelta in base alle caratteristiche del volto ed al grado di dismorfia del paziente.

A differenza dell'intervento riduttivo, la mentoplastica additiva non è irreversibile, dunque, in caso di ripensamento, la protesi può essere rimossa senza alcun problema.

Il ritorno alle normali attività dopo una mentoplastica additiva è sicuramente più rapido: dopo al massimo un paio di giorni si può tornare al lavoro.



Il prof. Gasparotti in sala operatoria



dr. Paolo Monestiroli

Medico chirurgo
specialista in odontostomatologia
Esperto in odontoiatria legale

Un'alleanza terapeutica per salvaguardare la professione

Dr. Monestiroli, a proposito di controversie legali tra odontoiatra e paziente, quali sono le sue valutazioni sul nuovo istituto della mediazione obbligatoria di recente introdotto nel nostro ordinamento?

Come già altre volte ribadito, il D.Lgs 28/2010 e il D.M. del 18 ottobre 2010 potranno generare dei vantaggi per il cittadino e per la professione odontoiatrica. Nelle primissime fasi del contenzioso, diversamente da quanto è successo sino ad oggi, le parti dovranno cercare di risolvere la lite ricorrendo ad un mediatore. Nel caso in cui le parti, o una sola delle due, dovessero saltare questa fase e ricorrere al Tribunale, saranno obbligate a presentare domanda di conciliazione. È abitudine ormai diffusa nella fase preliminare di accertamento tecnico preventivo che il Giudice chieda al C.T.U. di tentare durante il contraddittorio la conciliazione. Ed è solo questa l'eventualità preliminare di trovare un accordo tra le parti prima di giungere alla mediazione. È infatti nelle parti che è insita la volontà di giungere ad un accordo che spesso non ha un esito positivo per risvolti dovuti a divergenze di vedute.

Nella fase preliminare alla mediazione, e quindi nella possibilità di intraprendere un accertamento tecnico preventivo, dovrà essere valutata attentamente, per ogni singolo caso del rapporto

odontoiatra-paziente, la singola responsabilità del curante o le singole responsabilità di professionisti che collaborino in strutture complesse.

Un altro elemento determinante per il buon fine della mediazione sarà la partecipazione delle compagnie di assicurazione a copertura della responsabilità professionale di ogni singolo professionista. Nella mia esperienza personale ho partecipato, o sono stato nominato ausiliario del Giudice, in molte sedute preliminari di accertamento tecnico preventivo, in cui il consulente tecnico nominato dal Giudice è riuscito a trovare un accordo tra le parti evitando che la controversia raggiungesse la mediazione. Ultimo aspetto ma non meno importante è quello dei valori umani di ogni singolo individuo, che potrebbero, in ogni momento del percorso conciliativo, stravolgerne il risultato.

Il pieno rispetto della deontologia professionale contribuisce ad evitare il rischio clinico?

"Il concetto di gestione del rischio clinico è un processo sistemico di identificazione, valutazione e trattamento dei rischi attuali e potenziali al fine di ridurre l'incidenza dei possibili errori" (F. Montagna). L'odontoiatra tende, in presenza di contenzioso, a considerare solo il lato tecnico del problema, tralasciando il lato comportamentale. Personalmente nutro dei

dubbi sulla conoscenza da parte della categoria degli odontoiatri del Codice di Deontologia nei suoi singoli articoli. Una delle possibilità d'intervento preventivo al fine di evitare e ridurre i rischi clinici sembra possa essere una condotta responsabile da parte dell'odontoiatra. Si dovranno applicare regole che possono apparire come banali, ma che fondamentalmente fanno parte della deontologia applicata all'atto terapeutico attraverso la centralità del paziente, la tutela della salute, conoscenze scientifiche aggiornate come guida, esercizio professionale ispirato alla solidarietà con il paziente, ascolto e informazione come fondamento del rapporto odontoiatra-paziente e documentazione come fondamento della congruità delle prestazioni.

In ultima analisi tutto quanto sin qui riportato lo definirei "alleanza terapeutica", al fine di evidenziare l'atto medico, risolto prettamente significativo della professione medica, in cui l'odontoiatria dovrebbe svolgere un ruolo prevalentemente terapeutico, curativo della malattia e non come spesso emerge nei contenziosi meramente commerciale. Requisito imprescindibile sarà lo scambio di informazioni tra paziente e odontoiatra, grazie al quale, proprio attraverso un'alleanza terapeutica, si potrà giungere alla determinazione del limite di responsabilità dell'operatore.

VINCENZO MARRA ■

Gestione dell'agenda e dei ritardi

Ottimizzazione dei tempi

Aumentare i pazienti con il passaparola (Referral Program)

La relazione dialogica

Motivare il paziente e concordare le modalità di pagamento

Implementare gli incassi

Internet e la gestione del web 2.0 (sito, facebook, google, youtube)

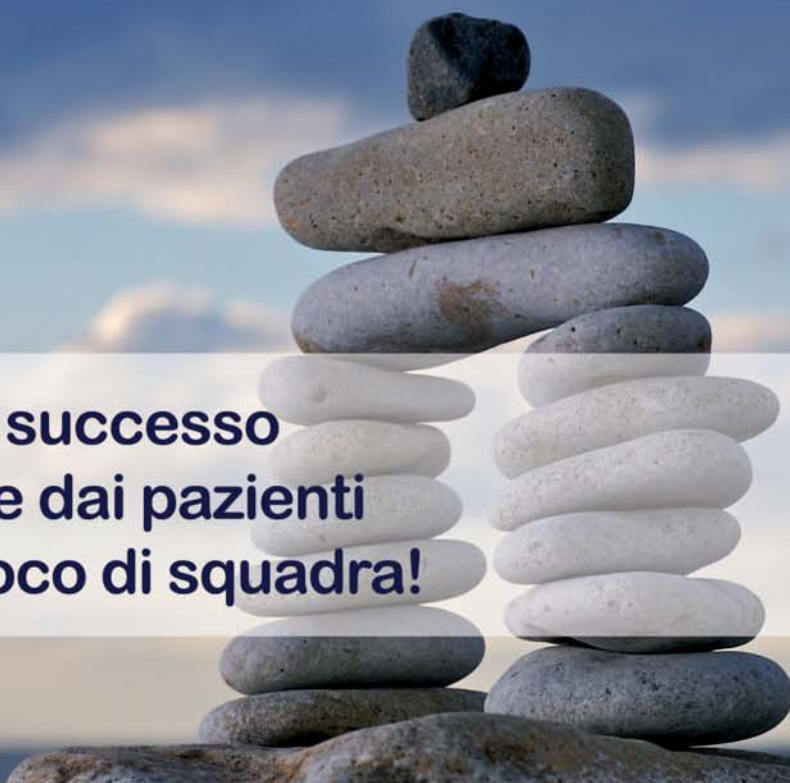
...questo e molto altro ancora per rendere lo Studio più produttivo

UNICHE DATE: **Roma 7 luglio - Milano 10 novembre**

Corso di Segreteria per lo Studio odontoiatrico

Superare le Aree di crisi
Nuova edizione 2012
a cura del prof. Antonio Pelliccia

**Per raggiungere il successo
e per farsi preferire dai pazienti
è necessario il gioco di squadra!**





A cura della
dr.ssa Silvia Stefanelli
 Avvocato
 esperto in diritto sanitario

La responsabilità penale da “collaborazione abusiva”: il caso del medico dentista

Con la sentenza n. 3222 del 26 gennaio 2012 la Corte di Cassazione Penale, Sez. V, è intervenuta su di un tema assai rilevante, ossia quello dei profili di responsabilità penale gravanti sul professionista che si avvalga, nel proprio operato, di collaboratori privi dei necessari titoli abilitativi. In particolare è stato sottoposto all'attenzione della Corte il caso di una odontoiatra condannata in primo grado dal Tribunale di Milano ad 1 anno, 6 mesi e 20 giorni di reclusione per aver cagionato ad una sua paziente lesioni dell'apparato dentale, sottoponendo la stessa a complesse operazioni chirurgiche avvalendosi dell'operato di un sedicente medico dentista, privo dei titoli e delle qualifiche necessarie allo svolgimento della professione. In sede d'appello il giudice aveva ritenuto non sussistente il reato di lesioni personali dolose – come ipotizzato in primo grado – valutando non sussistente la volontà di cagionare i postumi invalidanti invece verificatisi. Riteneva, anzi, la Corte che “... entrambi gli imputati, pur consapevoli dei potenziali effetti pregiudizievoli delle cure, avessero agito nella convinzione di evitarli e di risolvere i problemi sanitari della paziente ...”. Avverso la suddetta sentenza proponevano poi ricorso per Cassazione sia il Procuratore Generale di Milano sia la parte civile. La Corte di Cassazione Penale, Sez. V, nel dichiarare fondati i ricorsi, coglieva

l'occasione per svolgere una serie di importanti considerazioni in ordine:

- alla individuazione e qualificazione dell'elemento soggettivo che sorregge il professionista all'atto del compimento di un intervento chirurgico dal quale derivino conseguenze dannose per il paziente, in assenza di valido consenso informato;
- al consenso prestato dal titolare dello studio odontoiatrico a che un soggetto privo della necessaria abilitazione compia attività sanitaria dalla quale derivino poi conseguenze infauste per il paziente.

In ordine al primo profilo i giudici della Corte di Cassazione hanno correttamente sottolineato come “... qualora l'intervento sia stato eseguito secondo le regole dell'arte, da personale autorizzato e previa acquisizione di un regolare consenso informato, la copertura costituzionale dell'attività sanitaria esclude l'antigiuridicità oggettiva delle lesioni e quindi impedisce la configurazione del reato. La condotta del medico è dunque connotata, in questi casi, da volontarietà ma non dal dolo ... Quando le predette lesioni, invece, sono prodotte in assenza di consenso da parte del paziente o non sono necessarie per l'esecuzione dell'intervento curativo,

per essere lo stesso non conforme alle regole della tecnica medica, allora viene meno la copertura costituzionale e la condotta rientra nell'ambito penalistico, dovendo il medico rispondere delle lesioni dolose cagionate al paziente ...”. In particolare viene in rilievo, nel caso di specie, la figura del dolo eventuale, secondo la quale “...il soggetto... non vuole direttamente l'evento lesivo, ma si prefigura la possibilità che esso si produca e ne accetta il rischio; l'attività, dunque, viene compiuta anche a costo di produrre tale evento...”. Con riferimento al secondo e più rilevante profilo, invece, la Corte sottolinea come “... la Corte d'Appello avrebbe sbrigativamente liquidato una questione che necessitava invece di un approfondimento molto maggiore e soprattutto non avrebbe tenuto conto del fatto che al professionista non veniva contestato il dolo relativamente alla sua attività chirurgica, bensì con riferimento all'attività abusiva svolta dal collaboratore; poiché costui non era un medico, era molto più elevato il rischio che si verificassero complicazioni e la dottoressa non poteva non rappresentarsi i potenziali e forse probabili effetti lesivi ...”. La Corte di Cassazione, dunque, nell'accogliere il ricorso, rinvia la vertenza ad altro giudice affinché proceda ad un nuovo giudizio.

La gestione
del **tuio studio?**
non va come vorresti?

La crisi economica
ha ridotto
i tuoi guadagni?

Sindrome
da **poltrona vuota?**

Cosa aspetti!

Affidati ai Temporary Manager ARIANTO
per raggiungere i tuoi obiettivi!

*Apprendere facendo,
attraverso l'affiancamento
al Tutor Arianto.*

**Competenze
di altissimo livello
Tempestività nell'azione
Soluzioni pratiche
e strategie incisive**

**Per il tuo successo
professionale scegli
i Temporary Manager
ARIANTO**

DESCRIZIONE

consulenza al team di segreteria degli studi odontoiatrici
attraverso l'erogazione di formazione manageriale "on site"
e la fornitura di strumenti specifici e professionali.

OBIETTIVI

- Fatturati più alti
- Fidelizzazione del paziente
- Corretto rapporto tra visibilità ed eticità della professione
- Gestione operativa più snella
- Ottimizzazione dei costi e dei rapporti con i fornitori
- Rivisitazione delle figure professionali che collaborano con lo studio e forme contrattuali applicabili
- Analisi della concorrenza e creazione di nuovo mercato
- Nuova politica di gestione del personale
- Nuovi strumenti finanziari
- Presentazione, discussione e accettazione dei preventivi
- Controllo e analisi dell'andamento di più studi
- Strategie di marketing per lo sviluppo del Referral Program
- Strategie di posizionamento per l'incremento dell'attività
- Analisi dei costi



A cura del
dr. Simone Scaccia
Economista

Una complessità generatrice di opportunità

Le regole del gioco nel confronto competitivo oggi sono soggette a sostanziali trasformazioni, nell'ambito di un mutare sistematico della struttura e delle dinamiche dei mercati, sotto la spinta di processi di sostituzione, di cambiamento e di saturazione sempre più repentini.

Ci stiamo allontanando da un centro di gravità senza averne ancora trovato un altro. Quello che emerge di nuovo non è ancora abbastanza chiaro e compiuto. Rimane un vuoto da colmare, un'assenza che rende frammentato lo spazio delle idee, aprendo la strada a sperimentazioni e nuovi scenari.

Nel settore odontoiatrico, questa nuova complessità si manifesta, per molti operatori, in una contrazione della quota di mercato da ciascuno detenuta.

L'ANDI, l'Associazione nazionale dei dentisti italiani, nella sua ultima indagine di mercato, constata una riduzione del venti per cento dei pazienti e il trenta per cento del tempo di lavoro. Quasi la metà dei dentisti e odontoiatri denuncia un calo dei ricavi, con un conseguente peggioramento del proprio status.

I principali fattori di cambiamento, per il settore odontoiatrico, sono rappresentati da una profonda crisi economica e sociale, dalle nuove modalità di esercizio professionale e dalla maggiore concorrenza. Tali condizioni di mercato spingono gli attori verso una competizione basata essenzialmente su fattori monetari,

scatenando "guerre di prezzo" simili ad aste al ribasso che marginalizzano la qualità/professionalità del servizio reso ed erodono le fette del profitto soggettivo.

Il professionista moderno per orientarsi nell'attuale complessità deve organizzarsi pensando e operando come un manager.

All'imprenditore odontoiatra è richiesto di:

- Acquisire un nuovo atteggiamento manageriale (apertura e flessibilità).
- Mettere a punto "strategie creative".
- Concepire in modo più ampio innovazione e logiche del valore.

Come dare una risposta concreta a queste esigenze? È mia intenzione fornirvi le leve sulle quali agire per non perdere il mercato, bensì per attrarlo e crearlo, scegliendo una visione di stampo proattivo e dinamico. Gli interventi formeranno la nostra MISSION. Andiamoli ad osservare concependoli come i nostri prossimi obiettivi:

- **Marketing motore del cambiamento:** per sfruttare le opportunità occorrono capacità di analisi e condizioni strutturali adeguate.
- **Innovazione motore della rinascita:** il ritmo dell'innovazione tecnologica diviene incessante ed apre nuove opportunità di differenziazione sui prodotti/servizi e sui processi del valore.
- **Strategia aziendale,** formulazione ed esecuzione: per migliorare la



performance finanziaria, la posizione competitiva e conquistare vantaggio competitivo sostenibile.

- **Social media marketing:** utilizzando i social network per ottenere visibilità, costruire un solido brand ed aumentare le vendite.
- **Informazione e Negoziazione:** per gestire al meglio la promozione e la trattativa di vendita, tramite l'ottimizzazione della comunicazione e delle relazioni interpersonali.

Il futuro oggi è di certo meno prevedibile, ma i dentisti e gli odontoiatri ci si devono proiettare comunque, con progettualità e apertura, consapevoli che, paradossalmente, maggiore è la complessità ambientale, maggiori sono anche i gradi di "libertà" per i professionisti più dinamici nell'impostare i propri processi strategici. Nei prossimi numeri di MEDIAMIX affronteremo nel dettaglio le leve sopra citate, cercando di fornirvi una guida pratica alla generazione di opportunità. ■

Il comfort ambientale per il benessere del paziente e non solo



A cura della
dr.ssa Nicoletta Gandolfi
Architetto

Comfort ambientale dello studio dentistico

Come ho spiegato nella mia relazione tenuta durante la VIII° Settimana culturale sulla neve organizzata da ANDI a Cortina nel marzo scorso, per raggiungere il comfort ambientale bisogna considerare la centralità del paziente, unitamente a quella del dentista e di tutti i suoi collaboratori. Il comfort ambientale influisce in modo determinante sul benessere fisico ed emotivo dei pazienti, e migliora la qualità dell'abitare. L'oggetto del mio intervento può anche definirsi "l'architettura antiage" per gli studi dentistici: a volte infatti basta un "ritocco" appunto antiage per rendere uno studio già efficiente non solo perfettamente funzionale, ma anche esteticamente più gradevole, lavorando anche su aspetti che non vengono percepiti direttamente come suoni e odori, ma che influiscono notevolmente sulla nostra sfera emozionale.

Cosa fare per raggiungerlo

Il primo passo è quello di deospedalizzare o umanizzare lo studio dentistico; i pazienti devono potersi rilassare in un ambiente tranquillo che li faccia sentire come a casa propria.

È indispensabile, per ottenere questo, una stretta collaborazione e un reciproco scambio d'informazioni tra medico e progettista, anche al fine di individuare le soluzioni più confacenti alle esigenze del team e dei pazienti. Nel mio intervento, rivolto ad una platea di dentisti, ho parlato di fruibilità degli spazi (ovvero della corretta distribuzione interna), di ergonomia (al fine di ottimizzare il binomio tempo-efficienza), di uso corretto delle luci, dei colori, dei materiali e degli arredi nei diversi ambienti. Inoltre ho evidenziato sia l'importanza che ricopre un'ottima insonorizzazione degli stessi (anche tramite gli infissi) sia l'importanza della parte impiantistica (impianto di riscaldamento e di raffrescamento,

impianto idrico, di trattamento e purificazione dell'aria, ecc). Per esempio, è provato che il benessere delle persone negli ambienti sanitari è notevolmente influenzato dall'illuminazione, che deve essere attentamente abbinata anche alla scelta dei colori dell'arredamento e delle pareti. L'effetto che la luce ha sulle persone non va sottovalutato poiché riguarda anche le dimensioni emotiva e biologica; essa aumenta le nostre energie e migliora concentrazione e umore. Inoltre, nei corridoi le luci devono servire da guida e devono essere coordinate con quelle degli spazi adiacenti per evitare fastidiose differenze nell'illuminazione da un'area all'altra; nelle sale d'attesa una sensazione positiva può essere creata con un'illuminazione indiretta in tonalità di bianco caldo; negli ambulatori, invece, è importante avere una luce funzionale ed efficace sia diffusa che puntuale. Esistono poi utili sistemi integrati che regolano la luce interna in base all'intensità di quella esterna. A proposito di "eco design", non si possono dimenticare le imprescindibili sorgenti a LED, che consentono ottima resa cromatica, oltre ad una elevata efficienza energetica e un giusto risparmio. Infine, anche l'illuminazione architettonica per esterni può contribuire a trasformare un ambulatorio (specie se al piano terra e su fronte strada) in un punto di riferimento distintivo, simbolo di cura e ospitalità.



L'arch. Gandolfi durante la sua relazione tenuta all'VIII Settimana sulla neve ANDI a Cortina.



dr. Michael Magri
Direttore generale Re-age

Re-age, la nuova frontiera della bellezza

Dr. Magri, di cosa si occupa Re-age?

Re-age è sinonimo di qualità e competenza nel settore della produzione di apparecchiature per la medicina estetica. Siamo una realtà imprenditoriale totalmente "made in Italy" che è presente in 30 Paesi del mondo, con centri di distribuzione in ogni continente e sedi dirette in Spagna, Germania e Russia; in questo modo Re-age è in grado di garantire tutto il supporto tecnico e l'assistenza necessaria alla propria clientela.

L'azienda ha la propria sede a Modena, dove si trovano la direzione, gli uffici amministrativi, i laboratori per la progettazione, i collaudi, l'assistenza tecnica ed il centro logistico. Un nuovo stabilimento, sempre nel modenese, è dedicato alla produzione delle apparecchiature Re-age.

Abbiamo infatti deciso di continuare a produrre in Italia perché in questo modo possiamo assicurare alla clientela la qualità che offriamo con le nostre apparecchiature. Inoltre, così facendo, gli aggiornamenti dei protocolli avvengono just in time. Sono convinto che l'Italia sia perfettamente in grado di produrre alta tecnologia a prezzi concorrenziali, al contrario decentrando la produzione all'estero, sebbene i costi risultino inferiori, la qualità ne risentirebbe sensibilmente, e questo è proprio

ciò che non vogliamo si verifichi.

Re-age è nota per i trattamenti altamente performanti che offrono le sue apparecchiature: luce pulsata, cavitazione, ossigeno e ozono terapia, radiofrequenza; i nostri clienti sono medici, odontoiatri, oltre che centri estetici. Occupandoci di benessere e salute del paziente dobbiamo sempre garantire la tecnologia che offriamo, ed anche per questo la nostra azienda è certificata ISO 9001.

Qual è la differenza fra le apparecchiature fornite a medici e dentisti rispetto a quelle dedicate ai centri estetici?

Le apparecchiature fornite agli studi medici e odontoiatrici sono tendenzialmente più performanti, con protocolli più specifici, per ovvie ragioni di competenza del professionista che ha compiuto studi in medicina.

Quali tipologie di servizi offrite alla vostra clientela?

Uno degli aspetti più importanti della nostra offerta consiste nel fornire, gratuitamente, corsi di aggiornamento continui ai quali tutti i nostri clienti sono invitati a partecipare. I clienti possono così approfittare dell'esperienza

dei nostri medici e tecnici, oltre che essere supportati in maniera costante ed efficace dal Centro ricerche e sviluppo per i nuovi trattamenti che proporremo in futuro.

Ma i nostri servizi sono molteplici, andiamo dalla garanzia di sostituzione in caso di rottura, entro 24-48 ore, agli aggiornamenti mensili e gratuiti dei protocolli, che vengono effettuati presso la nostra azienda, dove il personale specializzato provvede anche al collaudo generale.

Come vede il futuro della medicina estetica?

Sono ottimista, la gente non vuole più invecchiare, ormai l'investimento primario delle persone è legato al proprio benessere, alla salute in generale. Anche per questa ragione trovo assolutamente lungimirante la scelta di molti odontoiatri che si stanno accostando alla medicina estetica, con competenza e professionalità, occupandosi di tutta una serie di trattamenti rivolti all'estetica del viso dei propri pazienti. D'altronde appare ovvio che una dentatura sana per essere valorizzata al meglio necessita di un bel sorriso e di un volto curato, privo di inestetismi.

A CURA DELLA REDAZIONE ■

VISO E SORRISO



"Dr. Giovanni Serafini Medico Chirurgo Odontoiatra referente Re-age® Medical"

RADIOFREQUENZA

Utilizzata con successo nei trattamenti viso anti-aging, la pelle acquista levigatezza e luminosità diventando più turgida e distesa.

TRATTAMENTI POSSIBILI:

- Non invasivo
- Piacevole
- Antiage
- Rivitalizzante
- Detossinante
- Anti occhiaie
- Levigante
- Migliorativo a 360° della qualità della pelle



BREVETTO N°:
MO 2005U000029
MO 2005C00772
MO 2008C000252
MO 2008C000253
MO 2008C000254
MO 2008C000255



Azienda Certificata ISO 9001:2008
n° 0073 - 28/08/09

www.re-agemedical.com

Numero Verde
800 912 744

Via Bottego 239/1 - 41126 Modena

Tel. +39 0592929250 - Fax: +39 059 2927345 - info@re-agemedical.com



dr. Giuseppe Innocenti
Biologo

Estetica, i vantaggi dei trattamenti non invasivi

Dr. Innocenti, quali vantaggi ottiene il medico che effettua i trattamenti con le macchine Re-age?

Il medico che utilizza le nostre apparecchiature compie un vero e proprio trattamento clinico che può portare a una sensibile riduzione del problema fino alla completa scomparsa. Inoltre, rispetto ad altri trattamenti invasivi, le nostre macchine, che non esercitano azioni ablativo, hanno un profilo di sicurezza molto elevato con un rischio trascurabile di effetti collaterali.

Non va dimenticato, poi, che i laboratori Re-age mettono continuamente a punto miglioramenti e aggiornamenti delle macchine e li rendono disponibili, spesso gratuitamente, a tutta la clientela. Ogni acquirente Re-age può contare sempre sulle massime performance della tecnologia in suo possesso.

E i benefici concreti per il paziente?

Dal momento che i trattamenti sono ben sopportabili e decisamente confortevoli, non sono necessarie misure anestetiche e il down time è brevissimo; il paziente può riprendere la vita normale, dopo pochi minuti dalla fine del trattamento.

Importante è il fatto che la ricerca della tollerabilità e della gradevolezza dell'approccio non penalizza l'efficacia. In altre parole, il paziente ottiene

i risultati richiesti senza affrontare sedute dolorose o periodi di allontanamento dalla vita lavorativa e sociale.

Quali sono i campi di applicazione delle apparecchiature Re-age?

Attualmente le nostre linee dedicate ai trattamenti medicali sono cavitazione, ossigeno e ozono terapia, luce pulsata e radiofrequenza. I campi di applicazione vanno dalla depilazione definitiva, al fotoringiovanimento, alla riduzione della couperose, ai microangiomi, all'acne fino ai trattamenti delle adiposità localizzate e al recupero di un buon tono cutaneo.

Una persona che necessita di un trattamento specifico perché dovrebbe rivolgersi ad un medico che utilizza i prodotti Re-age?

In primo luogo, le nostre apparecchiature sono soggette a studi clinici da parte di importanti Università e laboratori di ricerca per rispondere alle più severe normative internazionali in materia di sicurezza e qualità; inoltre, le tecnologie e i prodotti sono interamente made in Italy, ad ulteriore garanzia dell'affidabilità e delle prestazioni.

Ultimo, ma non meno importante, il medico che effettua i trattamenti con prodotti e tecnologie Re-age ha quasi sempre l'opportunità di una verifica immediata del grado di efficacia

raggiunto e questo facilita la scelta e la definizione dell'iter di trattamento a tutto vantaggio della prevedibilità e della trasparenza nei confronti del paziente. Già in prima seduta, la visibilità degli effetti, consente all'operatore di "prendere le misure" e di indicare la sequenza, il protocollo e il numero di trattamenti più adatto a risolvere il problema

Come si svolge la formazione e l'addestramento all'impiego?

La formazione e l'addestramento sono il mio campo d'azione che condivido con colleghi medici preparati e attenti e posso dire che, dalla teoria alla pratica, all'assistenza post-formazione, il comportamento aziendale è corretto ed efficace.

Inoltre, se il cliente ne sente il bisogno, può accedere gratuitamente, senza limiti di frequenza ad ogni altro corso che l'azienda organizza e richiedere la mia consulenza o quella di colleghi ogni volta che ne avverta la necessità. Personalmente cerco di aiutare i corsisti a ovviare a ogni inconveniente che la pratica possa comportare, perché so che un cliente preparato è un cliente che opera bene, individua con attenzione le opportunità della macchina e ne riceve soddisfazione professionale ed economica.

A CURA DELLA REDAZIONE ■

Odontoiatria a domicilio per i pazienti più deboli



prof. Mauro Orefici
Presidente Nazionale
Società Italiana
Maxillo Odontostomatologica

Prof. Orefici, con quale mission è nata la Società Italiana Maxillo Odontostomatologica da lei presieduta?

La SIMO è stata fondata nel 2002 e dal 2004 collabora in stretta sinergia con l'Unità operativa di odontostomatologia domiciliare presso l'Ospedale odontoiatrico "G. Eastman" di Roma. Si occupa di assistere persone con disabilità o disagio presso i loro domicili, attraverso l'utilizzo di odontovan (mezzo con a bordo attrezzatura tecnica portatile) e odontoambulanze (ambulanze munite di uno studio odontoiatrico completo). I pazienti possono essere trattati a domicilio o, se necessario, essere sottoposti a interventi in day surgery, da eseguire nelle sale operatorie dell'Ospedale.

Gli operatori e gli specialisti della SIMO con le odontoambulanze si recano in oltre 140 centri di assistenza: case famiglia, residenze sanitarie assistite, centri per disabili e anziani, campi rom, centri per rifugiati politici, centri isolati e gli 11 principali istituti penitenziari del Lazio. Abbiamo, inoltre, fornito la nostra professionalità ad oltre cento tra enti e associazioni, quali la Lilt (Lega Italiana Lotta Tumori) e la Protezione Civile. Su richiesta di quest'ultima abbiamo organizzato un pronto soccorso odontostomatologico durante le fasi post-terremoto a L'Aquila. Senza tralasciare

le numerose missioni umanitarie compiute in Africa.

L'assistenza odontoiatrica a domicilio con le odontoambulanze è il cuore del grande impegno in termini di solidarietà che si è prefissato la SIMO. Vuole parlarne nel dettaglio?

Alleviare sofferenza, esclusione sociale, povertà, tutelando i diritti dei più deboli: ecco quali sono le nostre motivazioni più profonde. Nel programmare, inventare e costruire le odontoambulanze abbiamo pensato a dare una risposta adeguata al problema dell'handicap, ad attenuare l'impatto traumatico con l'ospedale, portando invece l'ospedale odontoiatrico al domicilio del paziente. Abbiamo pensato a costruire una specifica professionalità e sensibilità per affrontare patologie orali in soggetti non collaborativi, abbassando così il livello di ansia, con l'obiettivo di aumentare la protezione psicologica e migliorare l'adeguatezza delle risposte assistenziali. Abbiamo voluto assicurare un'assistenza dignitosa ai detenuti, non più basata sull'urgenza, ma programmata e continua.

Le odontoambulanze sono state realizzate anche per aiutare tutti quei disperati che approdano sulle coste italiane in fuga da miseria e guerra. A tal proposito voglio ricordare il nostro rapidissimo intervento assistenziale riservato ai

648 migranti provenienti dal Nord Africa presso una residenza temporanea allestita a Civitavecchia.

In conclusione, ci dica qual è il contributo fattivo che la SIMO intende garantire all'odontoiatria italiana e non solo.

Con la celebrazione del decennale avvenuta quest'anno riteniamo che il nostro obiettivo futuro debba essere quello di estendere il servizio, diventare cioè un punto di coordinamento per una rete sociale insieme a tutte le Associazioni di categoria, al fine di diffondere la qualità del servizio di odontoiatria domiciliare in tutte le Regioni, favorendo il risparmio e l'umanizzazione delle prestazioni sanitarie e coniugando il bene pubblico con l'etica individuale. In questi anni di attività abbiamo effettuato in odontoambulanza oltre 50.000 prestazioni, abbattendo le liste d'attesa, non ingolfando gli ospedali e tutto ciò si è tradotto in un risparmio reale di oltre 3 milioni di euro.

In conclusione posso dire che le buone idee camminano grazie alle persone giuste, se non avessi incontrato in questi anni donne e uomini motivati, che avessero creduto con passione al bene della collettività, le idee della SIMO non si sarebbero realizzate. A tutti loro va il mio grazie!

VINCENZO MARRA ■



A cura di
Andrea Zucca
Web&Graphic Designer

La forza del web sono i contatti: come gestirli?

Uno degli strumenti più strategici del web è l'invio di newsletter, poiché permette di creare un rapporto con i vostri pazienti, indirizzando contenuti specifici a seconda delle possibili esigenze del ricevente.

Per inviare contenuti, proposte, promozioni bisogna prima di tutto riuscire a costruire una mailing list di contatti interessati a riceverli e che si identifichino con il target del materiale che sarà inviato.

Non è semplice convincere i pazienti a rilasciare il proprio indirizzo e-mail, ma ecco alcuni semplici suggerimenti che possono aiutarvi a creare la vostra mailing list:

1. Iscrizione visibile sul vostro sito

Bisogna evidenziare il più possibile l'iscrizione alle newsletter nel proprio sito in modo da invogliare l'adesione.



2. Dare qualche cosa in cambio

Una delle strategie più rapide per incrementare la propria mailing list è quella di dare qualche cosa in cambio ai potenziali contatti, può essere un buono sconto, un campione gratuito, dei contenuti interessanti da scaricare...

3. Semplicità del form

L'iscrizione alle newsletter deve essere semplice e non contenere strani effetti grafici che rischiano di distrarre e far incorrere in errori il vostro paziente. La richiesta non dovrà andare troppo oltre l'indirizzo e-mail ed il consenso sui dati personali/privacy, le informazioni aggiuntive (nome, cognome, indirizzo,...) possono essere molto utili, ma infastidiscono l'utente nella compilazione. La miglior scelta è inserire questi campi ma non renderli obbligatori.

4. Utilizzare i social

Pubblicizzare la propria newsletter anche sui social network, infatti chi utilizza i social è più portato all'uso del web e quindi più interessato a ricevere newsletter.

5. Non usare solo il web

Soprattutto per attività come quella svolta in uno studio dentistico dove c'è un continuo contatto diretto con i propri clienti/pazienti può essere utile predisporre un'iscrizione cartacea alla newsletter attraverso delle schede da compilare.

6. Attenti ai contenuti

La cosa più importante da evitare, dopo aver creato la vostra banca dati di e-mail e informazioni riguardanti gli utenti, è quella di non utilizzare adeguatamente i contatti inviando mail poco interessanti. Gli iscritti alla newsletter non dovranno mai essere delusi, le mail hanno il compito di sorprendere sempre il ricevente.

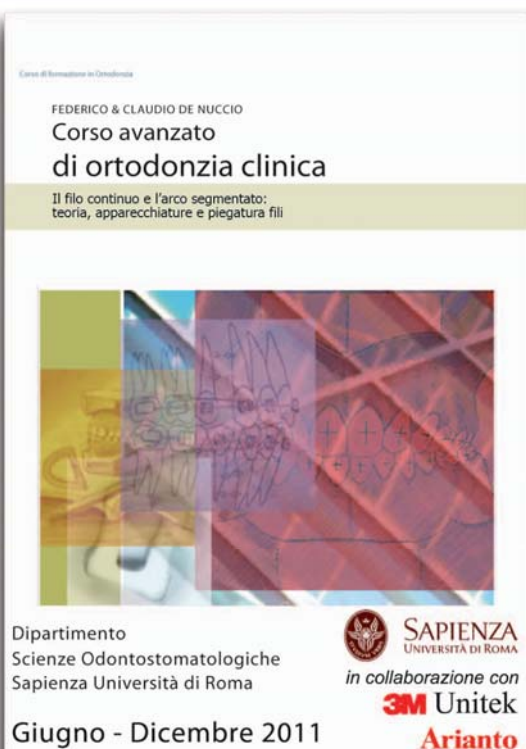
7. Meglio un linguaggio persuasivo

La comunicazione persuasiva è quel tipo di comunicazione che ha come obiettivo quello di stimolare nel lettore della vostra newsletter l'adesione alle tesi contenute nel messaggio, usando la forza della parola che fa accedere senza costringere, che obbliga senza creare un vincolo di necessità. Per mettere in pratica quanto esposto esistono tecniche specifiche che analizzeremo in un prossimo articolo. ■

FEDERICO & CLAUDIO DE NUCCIO

Corso avanzato di ortodonzia clinica

Il filo continuo e l'arco segmentato:
teoria, apparecchiature e piegatura fili



Il Corso pratico, pilastro dell'ortodonzia.
La soluzione dei casi è sempre più vicina
all'innovazione solo se frutto di
conoscenza clinica ed esperienza
tecnico-scientifica.

 **SAPIENZA**
UNIVERSITÀ DI ROMA
in collaborazione con
3M Unitek
Arianto

6 incontri con decine di casi pratici ed esercitazioni; una didattica collaudata ed un ambiente di lavoro stimolante ed interattivo.

Calendario 2012

- 1° incontro 14-15 giugno
- 2° incontro 12-13 luglio
- 3° incontro 13-14 settembre
- 4° incontro: 18-19 ottobre
- 5° incontro 15-16 novembre
- 6° incontro 13-14 dicembre

Per informazioni: Arianto srl

Mail: info@arianto.it

Telefono Segreteria Milano 0248000053

Fax Amministrazione 06233221037

 **SAPIENZA**
UNIVERSITÀ DI ROMA
in collaborazione con
3M Unitek
Arianto



WEB INFORMATION

QR Code

Il Qr Code è il trait d'union tra cartaceo e internet.
La porta d'accesso a contenuti aggiuntivi che arrivano
via web, direttamente sullo schermo del tuo telefonino.
Inquadra con l'obiettivo del cellulare il codice Qr Code



L'abilità dell'operatore sempre al centro dell'innovazione in ortodonzia



dr. Claudio De Nuccio
Direttore U.O.C. di Odontoiatria ed
Ortodonzia - Ospedale Nuovo Regina
Margherita, Roma



dr. Federico De Nuccio
Direttore U.O.C. di Odontoiatria Generale
Ospedale George Eastman, Roma

L'innovazione tecnologica dell'ultimo ventennio in ambito ortodontico ha rappresentato una vera e propria rivoluzione epocale per gli specialisti, permettendo da un lato di semplificare il lavoro alla poltrona e dall'altro di raggiungere un più alto livello di eccellenza. Gli attacchi con le informazioni e gli archi con le leghe super-elastiche hanno consentito allo specialista di rendere la pratica ortodontica sempre meno operatore-dipendente, riducendo drasticamente l'uso di pieghe, loop e torsioni sul filo e per questa caratteristica tali apparecchiature sono state denominate ad arco continuo o ad arco dritto. Con il passare degli anni però ci si è resi conto che la prescrizione di inclinazione in-out e torque inserita negli attacchi non può soddisfare tutti i casi, e talvolta si rende necessaria una personalizzazione dell'apparecchiatura attraverso l'uso del set-up individuale e del posizionamento indiretto degli attacchi. La ricerca della precisione nel posizionamento degli attacchi ha indotto ad affermare che, oggi come oggi, l'ortodontista che ricerca l'eccellenza "non è colui che sa piegare bene i fili ma colui che posiziona correttamente gli attacchi". Questa frase in sé può essere fuorviante soprattutto per i neofiti; sembrerebbe che per ottenere l'eccellenza in ortodonzia sia necessario raggiungere un corretto allineamento della dentatura e una buona intercuspidazione, senza porsi il problema di come raggiungere tali obiettivi.

Due sembrano essere i talloni d'achille delle tecniche a filo continuo: l'attrito dello slot con il filo ed il controllo del piano

occlusale. Il primo di questi problemi è stato risolto con l'introduzione degli attacchi auto leganti. L'uso di tali apparecchiature ha aperto scenari nuovi. Se da un lato ci regala una velocizzazione del trattamento, soprattutto nelle prime fasi di allineamento, dall'altra ha consentito agli specialisti di ricercare soluzioni conservative anche nei casi con grave affollamento, contravvenendo a quella che viene da sempre considerata una delle leggi basilari dell'ortodonzia: l'inviolabilità della forma d'arcata.

La corretta gestione del piano occlusale, invece, sembra essere un problema non risolto con tecniche a filo continuo. L'intrusione degli incisivi, l'uso degli elastici di II classe, il livellamento posteriore dell'arcata inferiore, la chiusura degli spazi per mesializzazione dei settori posteriori, il raddrizzamento dei molari mesio-inclinati, sono solo alcuni dei problemi relativi al piano occlusale. È possibile aprire il morso intrudendo gli incisivi inferiori senza alterare l'asse facciale? È possibile livellare una curva di Spee posteriormente intrudendo i secondi molari? È possibile manipolare correttamente il piano occlusale con l'uso delle apparecchiature ortopedico funzionali? È possibile l'uso degli elastici di II classe senza ruotare il piano occlusale? Sì, è certamente possibile! Ma per raggiungere tali obiettivi è necessario ricorrere alle tecniche segmentate, il cui impiego inevitabilmente ci riporta alla piegatura dei fili, all'uso di anse e loop, al corretto uso del torque applicato sul filo: in poche parole a quel bagaglio di conoscenze e tecniche tipicamente operatore-dipendente.

Obiettivi

Il valore del corso da noi proposto sta proprio in questo: garantire agli ortodontisti un bagaglio aggiuntivo di conoscenze rispetto a quelle disponibili nell'attuale panorama formativo in modo da poter affrontare in maniera corretta anche i casi complessi dove l'abilità dell'operatore è esclusiva e centrale. Il corso pertanto è eminentemente pratico, ed ogni partecipante potrà realizzare personalmente tutte le apparecchiature e le meccaniche previste nel programma. Oltre alla tipica lezione frontale con l'aiuto delle immagini, in cui vengono spiegate le caratteristiche, il funzionamento, il campo di applicazione e i piccoli "trucchi" relativi alle apparecchiature e alle meccaniche, ci si avvarrà di filmati in HD che il partecipante potrà visionare direttamente tramite monitor. Durante tutte le sessioni del corso saranno sempre presenti sia i due titolari sia almeno tre tutors; il partecipante potrà essere così seguito direttamente durante tutte le fasi di modellazione di fili ed archi, correggendo sin da subito gli errori e potrà poi ripeterne la realizzazione a casa con la guida dei filmati che verranno forniti e che quindi potrà rivedere sul suo computer.

CLAUDIO DE NUCCIO ■

FEDERICO DE NUCCIO ■

FATE QUESTO TEST: ASPIRATE L'ARIA TRA I DENTI



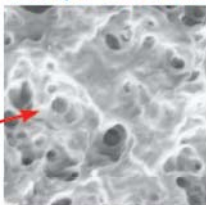
Avete provato freddo o dolore? Allora provate Biorepair® Denti Sensibili.

La causa dell'ipersensibilità dentale è la dentina scoperta: qui il freddo entra nei tubuli che contengono le terminazioni nervose provocando dolore. Biorepair® agisce proprio qui e, grazie alle sue esclusive particelle microRepair®, è in grado di riparare i vostri denti eliminando l'ipersensibilità.

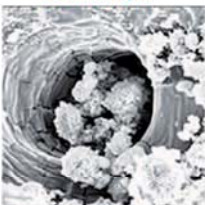
Prof. Norberto Roveri. Ordinario di Chimica Generale e Inorganica Alma Mater Studiorum Università di Bologna Direttore del LEBSC



Dentina **prima** dell'utilizzo
di Biorepair® Denti Sensibili



Usando Biorepair®
i tubuli vengono occlusi
dai microRepair®



Dentina **dopo** l'utilizzo
di Biorepair® Denti Sensibili



Immagini al microscopio elettronico a scansione (SEM)



I tuoi denti per tutta la vita.



dr. Jacopo Gualandi
Consigliere Delegato Coswell SpA

Il nostro impegno per un'odontoiatria all'avanguardia

Dr. Gualandi, attraverso un considerevole portfolio di prodotti e presidi, Coswell viene incontro alle diverse esigenze dei dentisti e dei loro pazienti. Ce ne parli.

Da sempre Coswell offre ai suoi clienti una vastissima offerta di prodotti, grazie all'intensa attività di R&D e alla costante ricerca di innovazione che muove le strategie aziendali. Da quando Coswell ha deciso di entrare in prima persona nel mercato odontoiatrico, con prodotti oral care altamente innovativi prima e l'acquisizione di Stomygen in seguito, ha continuato ad applicare le proprie strategie anche in questo canale. Fornire un'ampia gamma di prodotti garantendo comunque qualità ed innovazione continua ad essere lo spirito aziendale ed il marchio di fabbrica con cui vogliamo essere riconosciuti. Per questo abbiamo in pipe line una dozzina di novità clinicamente testate e supportate scientificamente, oltre che aver allargato il nostro portafoglio dai dentifrici e collutori a prodotti per endodonzia e fino ai primi filler estetici specifici per il mercato odontoiatrico.

Quali strategie di sviluppo intendete percorrere in ambito dentale?

È nostra intenzione mantenere una strategia di innovazione anche nel canale dei prodotti odontoiatrici. Riteniamo che la differenziazione attraverso prodotti innovativi sia l'unica strada

vincente in mercati competitivi.

Vogliamo presentare prossimamente ai dentisti italiani prodotti che permettano di svolgere al meglio la loro professione, prodotti sicuri per i loro pazienti, che garantiscano risultati più efficaci ed in tempi minori, frutto delle ultime tecnologie. In una parola: innovazione. Come quella alla base dei prodotti Biorepair, contenenti un principio attivo brevettato, unico al mondo in quanto rende possibile, con l'uso continuativo del prodotto, di riparare lo smalto dei denti in maniera bio-mimetica, quindi simil-naturale e del tutto sicura per la salute.

Vogliamo anche presentare ai dentisti italiani strategie innovative per la loro professione, mai come oggi in un momento di discontinuità, dando loro l'opportunità di completare un'offerta medica e di servizio che, ancora una volta, faciliti e migliori la relazione con i pazienti. Con la proposta di Stomygen Aesthetics Supreme Filler Systems e con la partecipazione al progetto di ANDI 'Bellezza con Sicurezza', vogliamo permettere ai dentisti di acquisire nuove professionalità e garantire ai loro pazienti un completo sistema di trattamenti periorali, coprendo in anteprima le nuove linee di sviluppo dell'odontoiatria contemporanea.

Vogliamo infine portare le nostre strategie ed i nostri prodotti oltre i confini nazionali, in quello che ormai si deve

necessariamente identificare come il vero mercato "domestico", e cioè quello europeo.

Quali sono le sue impressioni a proposito del settore odontoiatrico italiano? Ci sono delle peculiarità che l'hanno particolarmente colpita?

Da imprenditore, mi ha certamente colpito il grado di imprenditorialità richiesto ai dentisti, con ingenti investimenti in "macchinari" necessari per l'avviamento della professione. Poche altre figure che operano per la salute devono necessariamente sottostare a questo tipo di investimenti. Da questo punto di vista, quindi, le necessità e i vincoli presenti per operare nel mercato ci sono quindi molto chiari. Per questo, conoscendo quanto è importante per un imprenditore che abbia una visione di lungo periodo, sia esso industriale o odontoiatrico, il livello del servizio, la qualità della prestazione, dei prodotti e l'innovazione sono la chiave del successo per ottenere sia maggior valore aggiunto nel breve che la fidelizzazione della clientela nel lungo periodo.

Per questo innovazione di prodotto e di servizio sono la chiave con la quale vogliamo fare di Coswell e dei suoi brand Biorepair e Stomygen i partner preferenziali per gli operatori nel settore dentale.

A CURA DELLA REDAZIONE ■

Le ristrutturazioni edilizie 2012

A cura del dr. Vincenzo Statelli, Ragioniere Commercialista

Con il Decreto cosiddetto "Salva Italia" la detrazione IRPEF del 36% delle spese per interventi di recupero del patrimonio edilizio è stata riconosciuta finalmente "a regime", con l'inserimento nel T.U.I.R. del nuovo art. 16-bis che ne disciplina l'applicazione.

Sul bonus ristrutturazioni si è agito in più occasioni durante tutto il 2011 e fino all'ultimo sembrava fossero a rischio tagli, ma alla fine con la sopraindicata manovra economica è arrivata la decisione definitiva.

Nell'Italia dei terremoti e delle alluvioni, un plauso merita la decisione di includere nella norma anche gli interventi di ristrutturazione a favore di edifici danneggiati in seguito ad eventi calamitosi.

Nel testo di legge lo sconto Irpef al 36% per questi interventi è esteso anteriormente alla data di entrata in vigore della presente disposizione. E così, giustamente, ne potranno usufruire anche le zone alluvionate di Liguria, Sicilia e Calabria, anche se lo stato d'emergenza è stato dichiarato anteriormente al 1° gennaio 2012.

A prevedere questa novità è l'emendamento del Governo



alla manovra economica, ma non è l'unica novità, infatti, l'agevolazione del bonus ristrutturazioni può riguardare anche tutti gli interventi delle parti comuni del condominio, anche quelle indicate nell'articolo 1117 del Codice civile. Confermando quanto previsto in passato, è possibile fare riferimento ai chiarimenti forniti dall'Agenzia delle Entrate nel corso del tempo.

BENEFICIARI

In particolare, si rammenta che possono beneficiare della detrazione, a condizione che dimostrino di aver effettivamente sostenuto la spesa, sia i soggetti residenti che i non residenti in Italia; oltre al proprietario dell'immobile anche il nudo proprietario o il familiare convivente, ovvero chi detiene l'immobile in quanto titolare di un diritto reale di godimento (ad esempio, l'inquilino, il comodatario e il titolare dell'usufrutto, del diritto d'uso o d'abitazione); oltre alle persone fisiche (privati), anche gli imprenditori individuali, le società semplici, le SAS, le SNC, le imprese familiari ed i soci di cooperative edilizie.

TIPOLOGIE DI INTERVENTO

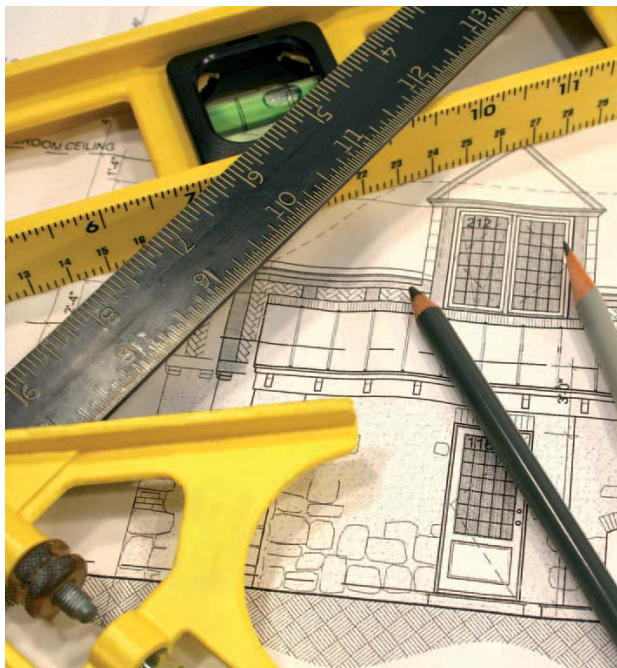
Il comma 1 del nuovo art. 16-bis conferma sostanzialmente le possibili tipologie di interventi per le quali è possibile fruire della detrazione in esame.

È innanzitutto ribadito che sono agevolati gli interventi edilizi effettuati sulle unità residenziali di qualsiasi categoria catastale, anche rurali e relative pertinenze.

LAVORI PER I QUALI È PREVISTO IL BONUS

In particolare sono agevolati i seguenti interventi di ristrutturazione:

- per quanto riguarda le parti comuni di edifici residenziali sono compresi tutti gli interventi di manutenzione ordinaria, di manutenzione straordinaria, di restauro o risanamento conservativo e di ristrutturazione edilizia (ovviamente in questo caso la spesa condominiale e la detrazione andrà divisa tra i condomini in ragione della propria quota).
- Per quanto riguarda le singole unità immobiliari residenziali, di qualsiasi categoria catastale, anche rurali, nonché le loro pertinenze, sono compresi tutti gli interventi di manutenzione straordinaria, di restauro, di risanamento con-



servativo e di ristrutturazione edilizia. Per le singole unità immobiliari, quindi, non sono oggetto di detrazione le spese sostenute per gli interventi di manutenzione ordinaria.

- Per quanto riguarda le cooperative edilizie (e le imprese di costruzione e ristrutturazione), la detrazione può riguardare interventi di restauro e risanamento conservativo nonché di ristrutturazione edilizia riguardanti interi fabbricati, a condizione che la vendita delle singole unità immobiliari avvenga entro sei mesi dalla fine dei lavori. La detrazione, in questo caso, spetta al successivo acquirente o assegnatario delle singole unità immobiliari, nella misura del 36% sul 25% del prezzo (da rogito) dell'unità immobiliare. Rimane valido il tetto di 48.000 euro per unità immobiliare.

Sono altresì compresi:

- interventi necessari alla ricostruzione o al ripristino dell'immobile danneggiato a seguito di eventi calamitosi, purché risulti dichiarato lo stato di emergenza. Per rientrare nella detrazione non è necessario che questi interventi rientrino nelle categorie definite dalla legge di "manutenzione ordinaria" o di "manutenzione straordinaria";
- interventi relativi alla realizzazione di autorimesse o posti auto pertinenziali all'abitazione principale anche a proprietà comune;
- interventi finalizzati all'eliminazione di barriere architettoniche aventi ad oggetto ascensori e montacarichi, alla realizzazione di ogni strumento che, attraverso la comunicazione, la robotica e ogni altro mezzo di tecnologia più avanzata, sia adatto a favorire la mobilità interna ed esterna all'abitazione per le persone portatrici di handicap in situazione di gravità (ai sensi della legge 104/92 art.3 comma 3);
- interventi relativi all'adozione di misure finalizzate a prevenire il rischio del compimento di atti illeciti da parte di terzi;
- interventi relativi alla realizzazione di opere finalizzate alla cablatura degli edifici, al contenimento dell'inquinamento acustico;
- interventi relativi all'adozione di misure antisismiche con particolare riguardo all'esecuzione di opere per la messa in sicurezza statica, in particolare sulle parti strutturali, per la redazione della documentazione obbligatoria atta a comprovare la sicurezza statica del patrimonio edilizio, nonché per la realizzazione degli interventi necessari al rilascio della suddetta documentazione. Gli interventi relativi all'adozione di misure antisismiche e all'esecuzione di opere per la messa in sicurezza statica devono essere realizzati sulle parti strutturali degli edifici o complessi di edifici collegati strutturalmente e comprendere interi edifici e, ove riguardino i centri storici, devono essere eseguiti sulla base di progetti unitari e non su singole unità immobiliari;
- interventi di bonifica dall'amianto e di esecuzione di ope-

re volte ad evitare gli infortuni domestici.

Ricordiamo anche che sono detraibili le spese di progettazione e in generale quelle di prestazioni professionali connesse all'esecuzione delle opere edilizie e alla messa a norma degli edifici.

RISPARMIO ENERGETICO

Per quanto riguarda gli interventi tesi al risparmio energetico e al miglioramento termico degli edifici, come l'installazione di impianti energetici da fonti rinnovabili (impianti solari), o la sostituzione degli impianti termici, ricordiamo che per tutto il 2012 (quindi per gli interventi eseguiti fino al 31/12/2012) è ancora applicabile la detrazione fiscale del 55%, mentre dal 2013 sarà applicabile la detrazione del 36%. Per praticità non elenchiamo tutti i lavori previsti e disciplinati dal "Testo unico dell'edilizia", d.p.r.380/01, all'art.3 comma 1, al quale si rimanda per ulteriori chiarimenti.

LA DETRAZIONE

La detrazione come per il passato è fruibile in 10 quote annuali di pari importo a decorrere dall'anno di sostenimento delle spese, fatta eccezione per i proprietari di età non inferiore ai 75 e 80 anni, i quali possono suddividere la detrazione d'imposta rispettivamente su 5 e 3 rate annuali.

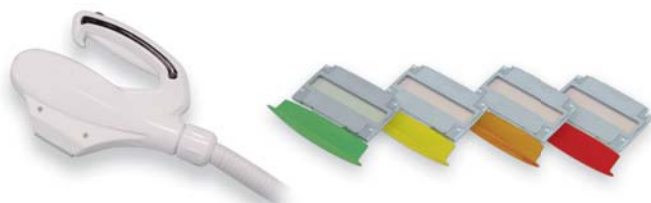
ADEMPIMENTI

Le maggiori novità riguardano gli adempimenti, infatti il nuovo art. 16 bis del T.U.I.R. richiama in toto il D.M. 41/98 in merito al quale però bisogna fare delle precisazioni sulla base di quanto modificato nel corso del 2011. A seguito delle modifiche non è più necessario inviare la comunicazione al centro operativo di Pescara, molti dei dati catastali o di altro genere che fino allo scorso anno venivano indicati nella suddetta comunicazione dovranno però essere elencati nel modello 730 o Unico. Inoltre occorrerà conservare tutta la documentazione di riferimento per i successivi controlli, mentre non risulta essere più necessario indicare separatamente il costo della manodopera in fattura.

Permane però l'obbligo di effettuare il pagamento con specifico bonifico per ristrutturazione edilizia, e permane altresì l'obbligo della ritenuta del 4% effettuata dalla banca. Ricordiamo infine che resta prorogata per tutto il 2012 la detrazione del 55% per gli interventi di risparmio energetico e che dal 01.01.2013 verrà ridotto al 36%. Nei prossimi mesi dovrebbe essere pubblicato il cosiddetto "decreto termico", formula di incentivazione dedicata all'energia termica (pannelli solari, pompe di calore, ecc) che al momento rientra nel famoso 55% destinato a diventare 36%. ■

VISO E SORRISO

CFIPL[®] carbon fiber
135 JOULE MULTIPULSE



"Dr. Giovanni Serafini Medico Chirurgo Odontoiatra referente Re-age[®] Medical"

LUCE PULSATA

Apparecchiatura in grado di trattare i visi più delicati restituendo alla pelle il suo aspetto più giovane e sano con un metodo sicuro e indolore.

TRATTAMENTI POSSIBILI:

- Fotoringiovanimento del viso
- Couperose e Acne
- Iperpigmentazioni epidermiche
- Iperpigmentazioni dermiche
- Macchie senili e solari
- Elastosi
- Cicatrici
- Eritrosi
- Teleangectasie
- Ipertricosi/Irsutismo

BREVETTO N°:
MO 2005U000029
MO 2005C00772
MO 2008C000252
MO 2008C000253
MO 2008C000254
MO 2008C000255



Azienda Certificata ISO 9001:2008
n° 0073 - 28/08/09

www.re-agemedical.com

Numero Verde
800 912 744

Via Bottego 239/1 - 41126 Modena

Tel. +39 0592929250 - Fax: +39 059 2927345 - info@re-agemedical.com





dr. Nicola Maurizio Barbagallo
Medico chirurgo e odontoiatra

I trattamenti estetici per il benessere del paziente

Dr. Barbagallo, quali sono le tecnologie di cui si occupa Re-age?

Diverse. Da anni si cerca di affrontare in modo sicuro i problemi di natura estetica che i pazienti ci pongono quotidianamente. La possibilità di risolverli in sicurezza, con rapidità, senza dolori, traumi o effetti collaterali, è cresciuta di pari passo con l'aumento della richiesta di trattamenti estetici che spesso si associa a una più generale domanda di benessere e porta in ultima analisi ad un miglioramento della qualità della vita.

Le tecnologie che rispecchiano la richiesta dei pazienti e delle quali si occupa Re-age sono ad esempio la radiofrequenza monopolare e bipolare, tecnica non invasiva per la tonificazione nei distretti di viso, braccia, gambe e addome; la cavitazione, usata per la modellazione corporea e riduzione del grasso localizzato e la luce pulsata per il fotoringiovanimento e trattamento di macchie ipercromiche e teleangectasie. Tecniche indolori e, se usate da professionisti esperti, sicure e senza effetti collaterali. Ricordo appunto che tutti i trattamenti di medicina estetica richiedono competenze specifiche che, con tutto il rispetto, le estetiste non possono avere.

Infatti alcuni trattamenti non possono essere effettuati su soggetti con patologie croniche quali diabete mellito, insufficienza epatica e renale, alterazioni cardiache e neurologiche e prevedono da parte dell'operatore una completa cultura medica. Controindicazioni assolute della radiofrequenza per portatori di pacemaker, protesi metalliche di un certo volume, aritmie cardiache, gravidanza e primi mesi di allattamento, portatori di patologie tumorali e in terapia antineoplastica. Tutto questo per sottolineare ancora che questi trattamenti necessitano di competenze di natura medica.

Quali sono i risultati ottenibili?

Devo dire che sono ottimi. Fino a una riduzione della circonferenza corporea di 3 o 4 cm con trattamenti di cavitazione e/o radiofrequenza, un miglioramento evidente del trofismo e della tessitura cutanea con trattamenti ripetuti di radiofrequenza mono e bipolare associate ad applicazioni di ossigeno "iperbarico" dopo un'adeguata pulizia e disinfezione con ozono, recupero completo di casi con lassità cutanea ed eliminazione delle rughe del volto. Ottimi risultati

con radiofrequenza bipolare per il trattamento delle pliche naso-geniene, della commessura sub labiale, nel rilassamento cutaneo, soprattutto del III° inferiore, per le rughe orizzontali della fronte e le "zampe di gallina".

Qual è il campo di ricerca in cui è impegnata l'azienda Re-age?

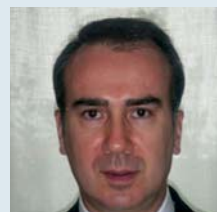
Riduzione della massa grassa, biolifting e trattamento della panniculopatia edema-fibro-sclerotica con trattamenti alternati di ossigeno per dermo infusione, radiofrequenza e cavitazione seguendo un protocollo che stiamo cercando di perfezionare. E per quanto riguarda i trattamenti per il viso, l'utilizzo di filler con microcannule.

Secondo lei, da dove arriveranno i migliori risultati per i trattamenti corpo?

Sicuramente dalla ricerca sulle cellule staminali contenute nel tessuto adiposo.

A CURA DELLA REDAZIONE ■

ANCRIS, la poltrona polivalente per lo studio



prof. Danilo Bacchiocchi

Professore a c. presso il CdL in Odontoiatria
Università "G. D'Annunzio" Chieti-Pescara
Segretario regionale Marche ANDI e SIED

Prof. Bacchiocchi, da quale esigenza nasce l'idea di realizzare ANCRIS?

L'idea di ANCRIS è nata quando la dermatologa che lavora nella mia struttura, che è un poliambulatorio, mi ha chiesto di poter eseguire una laser lipolisi in studio e, visto che era impossibile utilizzare una poltrona odontoiatrica (il paziente deve potersi girare), le ho messo a disposizione la stanza dell'osteopata. A fine intervento la collega mi ha riferito che la paziente aveva manifestato insoddisfazione per il locale in cui si era svolta la prestazione in quanto non era una sala chirurgica o similare.

Da questo episodio è nata l'idea di trasportare le prestazioni di vario genere all'interno della sala operativa odontoiatrica, sfruttando la poltrona stessa con i suoi servizi (regolabilità in altezza, luce, piani di appoggio, ecc).

Il problema che ci ha esposto è comune a molti suoi colleghi dentisti, quali consigli vuole rivolgere loro?

sempre di più gli odontoiatri che, all'interno dei propri studi, offrono la possibilità di eseguire una serie di trattamenti estetici per i pazienti. Nel frequentare le conferenze, però, ho sentito spesso colleghi esprimersi sulla complessità di condividere uno spazio operativo all'interno del proprio studio per eseguire le suddette discipline senza rimetterci economicamente, mentre invece l'obiettivo è quello di incrementare le entrate, abbassare i costi di gestione, offrire servizi aggiuntivi e creare maggior flusso di pazienti. Per la stragrande maggioranza degli studi odontoiatrici e dei colleghi, ciò è difficilmente auspicabile con un investimento strutturale, anche perché con la situazione economica generale

che stiamo attraversando il rischio d'impresa nel settore della medicina estetica sarebbe alto e scoraggiante. Ciò sarebbe by-passato proprio grazie all'impiego della poltrona ANCRIS e da una minima riorganizzazione dei riuniti, nonché dall'utilizzo della struttura stessa "così come si trova" nei giorni e orari in cui non esercita l'odontoiatria. D'altronde il netto orientamento oggi è quello di sfruttare l'investimento dello studio odontoiatrico calmierando i costi di gestione, inserendo collaboratori e aprendosi a nuove prospettive professionali. In qualità di segretario regionale ANDI ho sotto controllo il polso della professione, e vedo anche l'occhio interessato dei colleghi per l'estetica in generale, ma

poi questo interesse rimane al palo per i motivi suddetti.

Per esperienza personale, sono convinto che la poltrona ANCRIS sia una valida soluzione per tutte le difficoltà logistiche e funzionali che si manifestano all'interno di quegli studi odontoiatrici in cui si vuole garantire ai pazienti una vasta gamma di trattamenti, non solo odontoiatrici.



L'innovativa poltrona ANCRIS (per maggiori dettagli info@studiobacchiocchi.it)

A CURA DELLA REDAZIONE ■



dr. Stefano Agnello
Architetto

Voglia di cambiare, ma quanto spendo?

Architetto, cosa consiglia di fare a chi volesse rinnovare il proprio studio senza stravolgerlo?

Non è necessario un rinnovamento radicale, l'importante è intervenire su tutto lo studio dando un tema che diventi il denominatore comune per tutto l'ambiente, capire cosa tenere, pavimenti ad esempio, e cosa assolutamente cambiare, magari le porte e gli zoccolini, spesso usurati dalle pulizie. Il progetto deve valorizzare l'ambiente, capire il punto debole e lì intervenire.

Qualche consiglio in merito?

Innanzitutto in un'operazione di "make up" si possono studiare strutture smontabili, qualora si debba successivamente intervenire sugli impianti. Può essere opportuno cambiare la reception e la sala d'attesa, ambienti che possono

diventare di notevole impatto con pochi lavori da eseguire. Nel progetto in questione *(foto)* era importante modificare i volumi con delle controsoffittature e creare alle pareti delle pannellature modulari di mia ideazione

che ospiteranno immagini in tema con l'operato dello studio.

Cosa intende per pannelli modulari?

È come se fossero grandi quadri preparati in laboratorio in alluminio, legno e pvc, pronti a rivestire le pareti, nascondendo inestetismi e allo stesso tempo arredando gli ambienti.

Che vantaggi ci sono con un simile approccio al rinnovamento?

Tre su tutti: tempi ristretti e certi, preventivo blindato e costi



contenuti. Si pensi che è possibile quantificare in ca. 200-300€/mq con degli ottimi risultati.

Quanto tempo occorre?

Per un lavoro che prevede la sostituzione delle porte, la creazione di nuove volumetrie con pannelli in cartongesso, la sostituzione di tutti gli zoccolini, l'allestimento di pannelli modulari alle pareti, il rifacimento della reception, l'adeguamento illuminotecnico e la tinteggiatura di tutto lo studio abbiamo stimato circa due settimane di lavoro. Naturalmente molte lavorazioni vengono preparate prima in laboratorio. È fondamentale un'attenta pianificazione di tutte le fasi di lavoro, ed ovviamente disporre di maestranze affidabili e collaudate per la buona riuscita dell'operazione.

A CURA DELLA REDAZIONE ■



LA NUOVA GENERAZIONE DI INNOVAZIONI CLINICHE SMARTFORCE È STATA STUDIATA PER:

MAGGIORE CONTROLLO DEL TIPPING DELLA RADICE

- Nuovi Optimized Root Control Attachment per un maggior controllo del tipping mesio-distale della radice.
- Punti multipli di pressione sulla superficie vestibolare che garantiscono una migliore performance degli attachment.



MAGGIORE PREDICIBILITÀ PER LATERALI SUPERIORI

- Funzioni Optimized Multi-Plane Movement, per un miglior controllo dei laterali superiori.
- La superficie attiva dell'Optimized Attachment è orientata in modo tale da fornire forze estrusive in contemporanea con la rotazione e/o il tipping del laterale.
- Un pressure point sul versante linguale dell'aligner posizionato per un miglior multi-plane movement.



RISULTATI CLINICI MIGLIORI PER I TRATTAMENTI DI MORSO APERTO ANTERIORE

- Attivazione dell'aligner regolata su base individuale per garantire una forza estrusiva ottimale.
- L'Optimized Extrusion Attachment migliorato estrude i denti anteriori come un gruppo, avvalendosi di quelli posteriori come ancoraggio.
- Le forze intrusive sono applicate ai denti posteriori.



Per ulteriori informazioni sulla **nuova generazione di innovazioni cliniche SmartForce**, visitate il sito **www.invisalign.it/innovations**



© 2011 Align Technology (BV). Tutti i diritti riservati.
Invisalign® e ClinCheck® sono marchi o marchi registrati di Align Technology, Inc. negli Stati Uniti e in altri paesi.

Align Technology BV
Arlandaweg 161
1043 HS Amsterdam
Paesi Bassi

Italia: 800 78 50 84
www.invisalign.it



AMICI DI BRUGG



EVENTI ED APPUNTAMENTI 2012



Rimini 24 - 25 - 26 maggio 2012 55° Congresso Amici di Brugg



La sala congressi durante il penultimo convegno

3 giornate ricche di appuntamenti e con tante opportunità, sabato pomeriggio l'intervento ripreso in diretta satellitare ad alta definizione e in più il congresso per tutto l'anno con i crediti ECM online. Per leggere il programma completo, gli aggiornamenti e le novità visita il nostro sito completamente rinnovato: www.amicidibrugg.it



I temi del congresso

GIOVEDÌ 24

Corso Precongressuale

Odontoiatri Odontotecnici

L'insegnamento di Mario Martignoni

VENERDÌ 25

Sessione **Odontoiatri**

Estetica e funzione: approccio chirurgico e protesico

VENERDÌ 25

Sessione **Odontotecnici**

Estetica e protesi: quali risultati ottenuti nell'ultimo triennio?

VENERDÌ 25

Sessione **Igienisti Dentali**

Dall'evidenza scientifica alla pratica quotidiana

SABATO 26

Sessione **Assistenti Dentali**

CORSO MONOTEMATICO:

La gestione dello studio odontoiatrico

SABATO 26

Sessione comune

Odontoiatri Odontotecnici

Estetica e funzione nella pratica clinica

RIPRESA DIRETTA SATELLITARE

APERTE LE ISCRIZIONI ON-LINE ALL'ASSOCIAZIONE AMICI DI BRUGG E AL 55° CONGRESSO DI RIMINI WWW.AMICIDIBRUGG.IT

Triennio di Corsi Satellitari in diretta televisiva

Attuale atteggiamento mininvasivo nel trattamento del paziente con problemi estetico-funzionali

La FAD satellitare degli Amici di Brugg prosegue nel 2012 con altri 7 eventi che completano il triennio di corsi dedicati alla soluzione di problemi estetico - funzionali nelle varie fasi del trattamento odontoiatrico. Due importanti novità: la prima riguarda il nuovo format delle trasmissioni reso più ricco con l'aggiunta di ulteriori informazioni.

La seconda è la collaborazione con associazioni scientifiche, come Società Italiana di Parodontologia e Accademia Italiana di Endodonzia a cui presto se ne aggiungeranno altre, che proporranno argomenti e relatori da esse ritenuti di interesse fondamentale per l'aggiornamento del dentista pratico.



Il programma 2012

26 MARZO

Il trattamento del difetto intraosseo: approccio resettivo

02 APRILE

La cavità d'accesso: primo passo per un'endodonzia predicibile

25 GIUGNO

Il post estrattivo: modalità, vantaggi, indicazioni

17 SETTEMBRE

Corone con ceramiche integrali nei settori anteriori: dalla preparazione alla cementazione

29 OTTOBRE

Approccio minimamente invasivo al trattamento delle lesioni cariose dei settori posteriori

PER IL PROGRAMMA COMPLETO E LE MODALITÀ DI ISCRIZIONE WWW.AMICIDIBRUGG.IT



ANNIVERSARIO
INVISALIGN
IN ITALIA

Ripercorriamo
insieme le tappe!

10 DI SCIENZA
DI INNOVAZIONI
ANNI DI SORRISI

26 MAGGIO 2012
ROMA, ITALIA



Gentile Dottore,

quest'anno Invisalign celebra la sua **prima decade in Italia** e, poichè è anche grazie a Lei che abbiamo raggiunto quest'importante traguardo, è assieme a Lei che vogliamo celebrarlo in grande stile. Faremo un viaggio attraverso questi 10 anni di scienza del sorriso, di continua ricerca, di progressi clinici e tecnologici, di risultati sempre più ineguagliabili, di pazienti che abbiamo reso più felici e sicuri di sè.

Ripercorreremo le tappe con una rosa di relatori nazionali ed internazionali del calibro di **John Morton** (Dipartimento di Ricerca & Sviluppo, Align Technology), la **Dott.ssa Vicky Vlaskalic** (Hawthorn East, Australia), il **Dott. Werner Schupp** (Colonia, Germania), il **Dott. Francesco Garino** (Torino, Italia) e altri ancora.

Interverrà un esperto di **Practice Marketing**, allo scopo di offrirLe consigli e strumenti all'avanguardia per una gestione ottimale dello studio. Daremo inoltre un'anticipazione delle **novità sui nostri prodotti e programmi**.

E non è finita... Le celebrazioni proseguiranno con una cena di gala nell'incantevole cornice del **Salone delle Fontane**.

*S'iscriba subito:
10 anni si festeggiano una sola volta!*

Dove: Roma, Marriott Park Hotel

Quando: 26 maggio 2012
10:00 - 18:00

Quanto: €250 (IVA esclusa)

**I POSTI SONO
LIMITATI!**

La quota di registrazione include la partecipazione al meeting, tutti i pasti durante il meeting, cena di gala, trasporto dall'hotel Marriott alla sede del gala.

I pernottamenti non sono inclusi, tuttavia Align Technology ha concordato delle tariffe speciali con alcuni hotel. Per informazioni sulle tariffe e per prenotazioni alberghiere rivolgersi ad align@venuesworld.com



Le registrazioni
sono aperte su
www.aligneu.com