



Salvaguardia della salute orale: il ruolo del pediatra

Dr.ssa Marina Picca **12**



Ecco quanto la tecnologia ha cambiato l'approccio alla professione

Dr. Paolo Ferrero **15**

Assemblea elettiva ANDI: confermato il Direttivo uscente

9

Università Vita-Salute San Raffaele: iscrizioni aperte per Odontoiatria e Igiene Dentale

10



Pillole di Marketing & Management

11

Calcola il tuo potenziale di Marketing con il questionario Arianto

25

Diritto Sanitario
Autorizzazioni sanitarie: liberalizzate le aperture

27

Architettura & Design
Realizzazione del primo studio: quali le incognite da affrontare?

30



CPA 2014-2015

La formazione manageriale a "tasso zero" ...pag. 4

Iscrizioni aperte:
www.arianto.it



Per un'odontoiatria più consapevole

Le posizioni del ministro della Salute, on. Beatrice Lorenzin

5

— A lezione di management sanitario



Ragione e sentimento per creare il successo

Antonio Pelliccia, Direttore Responsabile Mediamix

Lo studio odontoiatrico è sempre formato da un gruppo di persone, nella letteratura economica li definirei i "portatori di interesse" o in inglese "stakeholder". Tutti sono portatori di interesse, dal personale dipendente fino anche ai pazienti. Ognuno ha un diverso coinvolgimento nello studio dentistico ed ognuno di loro ha il desiderio che si produca valore e qualità: il lavoratore per poter continuare la propria attività, il paziente per ricevere le migliori prestazioni ed il dentista per poter continuare a godere della propria attività.

Attività che l'odontoiatra svolge con passione e che produce la sua redditività solo gestendo al meglio i rischi (anche quelli gestionali: "rischi di impresa"). Nel breve periodo, occorre creare un valore per far fronte alle spese quotidiane che lo Studio si trova a dover fronteggiare (pagare gli stipendi, pagare i fornitori e contribuire al mantenimento del grande socio invisibile, lo Stato), ma esiste anche il valore

nel lungo periodo, quello che crea e consolida in maniera tangibile la posizione sul mercato.

In questa ottica possiamo affermare che lo studio dentistico ha come missione il raggiungimento degli obiettivi di qualità clinica, di business e di immagine e tale scopo viene perseguito attraverso l'apporto degli stakeholder che si attendono un corrispettivo in termini di soddisfazione delle proprie aspettative di risultato.

Sono due le componenti che favoriscono e garantiscono il successo di un'impresa al giorno d'oggi: la prima la possiamo disegnare come il lato romantico del business, riguarda il valore umano e i rapporti interpersonali, mentre la seconda è la parte più razionale e schematica della gestione e riguarda l'organizzazione dell'azienda e la meticolosità con cui vengono gestiti i processi. Ma andiamo con ordine.

Continua a pag. 6

Leadership

Management

Marketing

Economia

Fisco

Finanza

Pubblicità

Referral Program

Risorse Umane

e molto altro ancora

**Dirigerai le tue energie verso un
percorso di efficienza e qualità
professionale**

*Posti limitati, prenotati, senza
impegno, per approfondire il
programma e gli obiettivi del
corso!*



CPA 2014-15 XII Edizione

Corso Pratico Annuale di Management & Marketing

Un Corso sempre aggiornato, innovativo ed interattivo, grazie al quale imparerai concretamente ad essere competitivo eticamente.

I partecipanti al CPA ricevono il materiale pratico per realizzare in studio il controllo di gestione e la progettazione delle strategie marketing efficaci.

Prof. Antonio Pelliccia



Consulente di Direzione per le Strategie di Impresa e per la Gestione Strategica delle Risorse Umane
Prof. a c. Università Cattolica del Sacro Cuore Roma Policlinico Agostino Gemelli - Università Vita e Salute Ospedale S. Raffaele di Milano

Non affidarti ad imitazioni, il Marketing è una cosa seria.
Per una formazione affidabile, scegli un docente accreditato e preparato.
Antonio Pelliccia, da 20 anni al fianco dei dentisti italiani.

Sede di Milano:

10 novembre 2014
15 dicembre 2014
19 gennaio 2015
16 febbraio 2015
16 marzo 2015
20 aprile 2015

Sede di Roma:

1 dicembre 2014
12 gennaio 2015
9 febbraio 2015
9 marzo 2015
13 aprile 2015
11 maggio 2015

Date Corso CPA

Clicca qui per maggiori dettagli

Per info e iscrizioni: info@arianto.it



La rivista di

Informazione

Economia

Marketing & Comunicazione

Management

per il settore sanitario

Regalati Mediamix, abbonarsi è gratuito... e basta solo un click

Inquadra il QR Code con la fotocamera del tuo cellulare per abbonarti gratuitamente online www.mediainmixweb.it



Sommario

Ministro della Salute, On. Beatrice Lorenzin Per un'odontoiatria più autonoma, forte e consapevole	5
A lezione di management sanitario, Antonio Pelliccia Ragione e sentimento per creare il successo	6
NEWS Assemblea elettiva ANDI: confermato il Direttivo uscente	9
Mondo accademico, Enrico F. Gherlone Test per Odontoiatria: iscrizioni ancora aperte al San Raffaele di Milano	10
Intervista a... Marina Picca Salvaguardia della salute orale: il ruolo del pediatra	12
Intervista a... Paolo Ferrero Ecco quanto la tecnologia ha cambiato l'approccio alla professione	15
Mondo AISO Un patto per tutelare il futuro della professione	18
Igiene Orale Erosione dentale: impariamo a limitarla grazie all'igiene orale	19
Fisco & Dintorni, Vincenzo Statelli TASI: la nuova tassa sui servizi	20
Attualità Andi e Farbanca siglano una convenzione per gli studi odontoiatrici	22
Intervista a... Ariano Nahi DCStory, il software per un odontoiatra 2.0	23
Potenziale di Marketing, Angela Tassone Calcola il tuo potenziale di Marketing con il questionario Arianto	25
Diritto Sanitario, Silvia Stefanelli Autorizzazioni sanitarie: liberalizzate le aperture	27
Architettura & Design, Stefano Agnello Realizzazione del primo studio: quali le incognite da affrontare?	30



CORSO PRATICO ANNUALE 2014-2015 dove troverai la mentalità vincente!

Il CPA è alla sua XII edizione ed in dieci anni circa 600 dentisti vi hanno partecipato con successo

L originale e inimitabile Corso di Management e di Marketing per le strategie di successo del tuo Studio e per il tuo vantaggio competitivo

Perchè sceglierlo?

- Il corso di eccellenza nel Management sanitario, giunto alla sua dodicesima edizione, è aggiornato costantemente con nuove strategie di marketing e comunicazione, fisco ed economia, risorse umane e soluzioni di vantaggio competitivo.
- Un'esperienza di 20 anni di professione da parte del relatore, il prof. Antonio Pelliccia, fatta di centinaia di consulenze direttamente in studio che rappresentano la più efficace ricerca di soluzioni di management in Italia ed in Europa.
- Il CPA è frutto di una costante attività formativa del prof. Antonio Pelliccia, che lo ha costruito e che ha svolto corsi in materia di management in questi anni (una media di 20 all'anno) con più di 18.000 odontoiatri iscritti, quattro libri pubblicati, docenze in sei Università, raccogliendo la più grande esperienza sul tema della gestione dello studio dentistico. Tutto ciò è stato quindi rimesso a disposizione degli odontoiatri, classificato e sviluppato attraverso l'attività di ricerca delle migliori soluzioni, rinnovato costantemente per poter essere personalizzato su ciascuna esigenza in modo

misurabile efficacemente, senza dispendio inutile di costi ed energie, con metodologia scientifica.

- Il CPA nasce dalla ricerca ed è un corso svolto secondo principi scientifici e con strumenti di misurazione oggettivi. Non è basato sulla soggettività di un'esperienza personale, sul "secondo me", o "io nel mio studio faccio così"...
- Il programma del CPA si avvale, altresì, della partecipazione di "Expert User" Tutor: odontoiatri colleghi e professionisti leader nei loro settori, dal diritto al fisco, dall'economia all'architettura, dall'ingegneria al web design. Il tutto è pensato per una formazione a 360° che miri all'eccellenza.

Il Corso Pratico Annuale, alla sua XII edizione, con i Tutor, il materiale didattico consegnato alla fine di ogni incontro, i filmati e i "casi pratici", le esercitazioni, è oggi sempre più efficace, inimitabile, unico.

Solo 25 studi possono partecipare a Milano o a Roma. Il numero chiuso garantisce il vantaggio competitivo del know how acquisito dai partecipanti.

Il Corso Pratico Annuale rappresenta quasi una "consulenza" manageriale (economica e di marketing, organizzativa e comunicazionale) per lo studio odontoiatrico.



Non perdere quest'occasione, iscriviti subito inviando una mail a info@arianto.it

Formazione manageriale
a interessi zero

Arianto in occasione del Corso Pratico Annuale 2014-2015 ha studiato per te una nuova vantaggiosa formula di pagamento: puoi rateizzare la tua formazione senza interessi e senza costi aggiuntivi fino a 24 mesi. Basta dividere semplicemente il costo totale della quota di partecipazione per la durata dell'erogazione del corso ed ecco la rata. Semplice, intuitivo e veloce per soddisfare le esigenze di tutti.

[Clicca qui per maggiori dettagli](#)



on. Beatrice Lorenzin
Ministro della Salute

Per un'odontoiatria più autonoma, forte e consapevole

Le posizioni del ministro della salute, on. Beatrice Lorenzin

■ ■ L'accordo stipulato nel 2008 dal Dicastero della salute con molti libero professionisti esercenti l'odontoiatria, anche grazie al determinante contributo di ANDI e molti suoi iscritti, ha rappresentato un modello innovativo di collaborazione pubblico-privato, specie per la presa in carico di quanti si trovano in condizioni di svantaggio economico. Si è trattato di un modello sperimentale di assistenza in un settore che storicamente vede il pubblico un passo indietro rispetto al servizio privato e i cui risultati, sia pure parziali, ci inducono a tenerlo in considerazione nei nostri futuri programmi. Per quanto ci riguarda, è indubbio che il miglioramento dello stato di salute orale passa anche attraverso una più sistematica attività di prevenzione, che coinvolga sia l'impegno in prima persona dei cittadini che l'applicazione di misure di provata efficacia da parte dei servizi odontoiatrici, sia pubblici che privati. Il ministero della Salute, da diverso tempo, opera in tal senso anche attraverso la redazione e la divulgazione di specifiche linee guida e raccomandazioni per l'appunto rivolte non solo agli operatori del settore, ma anche ai cittadini". E' quanto afferma il ministro della Salute, on. Beatrice Lorenzin, in una recente intervista pubblicata su ANDI-informa a proposito di alcuni fra gli aspetti

più sentiti che coinvolgono il mondo odontoiatrico.

A proposito della tanto attesa riforma degli ordini inerenti le professioni sanitarie contenuta nel DDL Salute che si appresta ad affrontare l'iter parlamentare, e della richiesta di maggiore autonomia per l'albo degli odontoiatri, il ministro Lorenzin precisa: "Chiaramente, l'iter parlamentare di per sé comporta che il testo presentato dal Governo sia modificato e io stessa sono ampiamente disponibile a recepire miglioramenti. Ciò vale anche per la parte che regola le autonomie dei singoli albi all'interno di uno stesso ordine professionale. Del resto, la proposta già prevede un ampliamento delle autonomie rispetto all'assetto attuale. Occorrerà, tuttavia, contemperare l'ampliamento delle autonomie con l'esigenza di garantire un indirizzo unitario alla vita dell'ente, dato che una autonomia

eccessiva finirebbe per rendere di fatto ingovernabile gli ordini professionali".

Mentre, per ciò che attiene alla pubblicazione delle recenti Raccomandazioni cliniche in odontoiatria, l'on. Lorenzin specifica il preciso intento delle linee guida: "Nel documento sono definiti in maniera chiara e comprensibile, anche per i non addetti ai lavori, percorsi terapeutici basati su dati scientifici per tutte le singole branche dell'odontostomatologia così da garantire agli esercenti la professione la migliore risposta ai bisogni di salute orale dei cittadini. In pratica, è di auspicio che ogni singola azione, a carattere preventivo, diagnostico o terapeutico, possa essere messa in pratica non solo sulla base della individuale scienza e coscienza del singolo operatore, ma anche in un quadro tecnico di riferimento professionale esplicito e condiviso a livello nazionale.

L'intento del ministero, nella generale prospettiva della tutela della salute, è quello di avvicinare progressivamente l'offerta di prestazioni odontoiatriche esistente nel nostro Paese, sia in regime di SSN che di libera professione attraverso una maggiore accuratezza della diagnosi, correttezza dell'esecuzione delle terapie e informazione efficace per il cittadino".

A CURA DELLA REDAZIONE ■



Ragione e sentimento per creare il successo



Prof. Antonio Pelliccia

Consulente di Direzione per le Strategie di Impresa e per la Gestione Strategica delle Risorse Umane

Prof. a c Università Cattolica del Sacro Cuore Roma Policlinico Agostino Gemelli - Università Vita e Salute Ospedale S. Raffaele di Milano.

Segue da pag. 1

La prima componente, il rapporto umano, si ha all'interno dell'azienda, tra i diversi lavoratori che compongono i vari ambiti di competenza, e con i terzi, dai fornitori ai pazienti.

È per questo motivo che da sempre insegno quanto sia molto importante riuscire a creare un forte senso di appartenenza, di condivisione di valori, all'interno dello studio dentistico. Il lavoratore deve sentirsi parte di un organico e parte di una certa filosofia di lavoro. Il successo si basa sul senso di appartenenza di ogni componente del Team. Bisogna quindi trasmettere la filosofia aziendale, stimolare e motivare continuamente, attraverso feedback positivi o rinforzi in caso di insuccesso, uno dei più importanti portatori d'interesse, colui che presta il proprio tempo e le proprie energie per conseguire il risultato aziendale. Creando il giusto clima all'interno del Team si riesce a trasmettere all'esterno un'immagine di forza e successo. Questo approccio si tramuterà in un saldo legame con il paziente. Non basta avere la migliore tecnologia, il miglior software o lo studio più bello architettonicamente sul mercato, sebbene queste scelte siano fondamentali oggi, bisogna sempre saper fidelizzare il paziente. Il paziente non è un numero, ma una

persona che si trasforma in un "colaboratore" per la società. I pazienti rappresentano il mercato e come tali forniscono importanti segnali sulla realtà che lo studio dentistico si trova a vivere.

Il paziente, e quindi il mercato, fa la differenza: guida la scelta se acquistare o meno un certo prodotto o servizio, dà informazioni su come orientare le strategie di marketing e di business. Per avere il giusto feedback dal paziente bisogna creare e coltivare una relazione con lui. Il paziente deve identificarsi nel brand e nella filosofia dell'azienda. Analizzando marchi leader si può notare quanto il loro cliente si identifichi a tal punto con lo stile aziendale che semplicemente analizzando il suo portamento e pochi altri dettagli si può dire con certezza di che marca ha il telefonino o il computer a casa. Questo rappresenta il vero successo per un'azienda...

La seconda componente per creare valore e successo è molto meno romantica e più razionale e riguarda l'organizzazione stessa dello studio dentistico.

L'odontoiatra titolare dello studio o il gruppo dei colleghi e soci devono avere la sensibilità adeguata per

Una componente emozionale che guida il rapporto tra i soggetti che la compongono, e una razionale che genera i processi per la creazione del risultato: ecco di cosa vive l'impresa

capire che oggi lo studio dentistico va guidato con mezzi alternativi, e bisogna avere la capacità di vivere il presente facendo previsioni e prendendo decisioni guardando al domani. L'organo decisionale deve creare il management con un sistema organizzativo in grado di massimizzare i risultati nel breve periodo e di sostenere la competitività nel lungo termine.

Come si può prevenire questo? Se la qualità delle decisioni dipende dall'efficacia del processo decisionale, il manager deve affinare le sue capacità decisorie per fissare dei protocolli che prevedano una gestione dei rischi e operazioni correttive in caso di individuazione dei problemi. È proprio nei processi dell'organizzazione che si pongono le basi per il raggiungimento degli obiettivi di business e immagine. I processi vanno studiati con cura e migliorati costantemente per raggiungere l'eccellenza professionale.

Le imprese vivono tra ragione e sentimento: una grande componente

emozionale e romantica che guida il rapporto tra i soggetti che la compongono, e una forte componente razionale che genera i processi per la creazione del risultato e della competitività.

Per avere successo, dunque, bisogna avere un ottimo prodotto, un servizio elevato, ma soprattutto si deve creare relazione tra azienda e cliente. Per soddisfare quest'ultimo e gli stakeholder si deve creare valore indirizzando i processi decisionali verso un risultato concreto e misurabile.

(Scegli la formazione Arianto: CPA - Corso Pratico Annuale XII edizione 2014/15 - Un anno di Marketing e di Management. Scientificità del successo professionale attraverso il sistema di misurazione delle strategie di impresa, del controllo di gestione, della comunicazione motivazionale e del marketing etico - Direttore Scientifico Prof. Antonio Pelliccia)

ANTONIO PELLICCIA ■

“

Se la qualità delle decisioni dipende dall'efficacia del processo decisionale, il manager deve affinare le sue capacità decisorie per fissare dei protocolli che prevedano una gestione dei rischi e operazioni correttive in caso di individuazione dei problemi

”





CORSO DI SEGRETERIA 2014

Il Corso di Segreteria è nella nuova versione aggiornata con la comunicazione Internet, Web e Social per lo Studio dentistico, senza dimenticare l'efficacia del Passaparola.

Un evento unico da non perdere anche per coloro i quali hanno frequentato la precedente edizione, a cui riserviamo, come aggiornamento, uno sconto del 25%



Prof. Antonio Pelliccia

Consulente di Direzione per le Strategie di Impresa e per la Gestione Strategica delle Risorse Umane
Prof. a c. Università Cattolica del Sacro Cuore Roma Policlinico Agostino Gemelli - Università Vita e Salute Ospedale S. Raffaele di Milano

Roma 8 novembre

Gestione dei ritardi

Implementare il rendimento economico dello studio

I richiami periodici ed i controlli di igiene

Come fissare gli appuntamenti

Gestione della lista d'attesa dei pazienti e ottimizzazione degli appuntamenti

La determinazione delle modalità di pagamento

I costi diretti, quelli indiretti, il margine di profitto ed il rischio di impresa

Come farsi preferire

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

Clicca qui per maggiori dettagli

Per info e iscrizioni: info@arianto.it

Assemblea elettiva ANDI: confermato il Direttivo uscente

Il dr. Gianfranco Prada è stato confermato Presidente dell'Associazione Nazionale Dentisti Italiani per il quadriennio 2014 – 2017: ad eleggerlo i delegati dei 23 mila soci ANDI riuniti sabato 31 maggio all'hotel Parco dei Principi a Roma.

Un consenso elettorale netto visto che mai prima d'ora nella storia di ANDI un Presidente e l'Esecutivo proposto avevano raccolto – a scrutinio segreto – un suffragio del 90 per cento dei votanti: 374 i voti a favore, 38 le schede bianche, 4 i voti nulli.

“Nella storia di ANDI – ha sottolineato il Presidente Prada – mai avevamo visto tanta compattezza e tanto riconoscimento verso l'operato di tutto l'Esecutivo che si è ripresentato al suo secondo mandato invariato e senza una squadra alternativa o avversaria. Questo Esecutivo opererà complessivamente per ben otto anni: è un chiaro segnale di gradimento da parte dei soci”.

“Gli anni che ci aspettano non saranno certo facili, gli impegni che tutti insieme

oggi prendiamo nei confronti dei soci e della professione sono pesanti e gravosi, ma il ruolo che ANDI ricopre non può permetterci di essere deboli o titubanti. La strada da percorrere è irta di difficoltà, molto lavoro lo dovremo fare da soli, ma dobbiamo essere certamente ottimisti perché il nostro passato ci ha dimostrato quanto abbiamo saputo crescere e quanto ANDI ci è stata vicina.

*Ecco perché abbiamo voluto assumerci questo ulteriore impegno futuro, perché sappiamo che il socio crede in noi e ci vuole accanto e noi crediamo fino in fondo allo slogan di questa Assemblea e di questa ANDI: **diamo forza alle scelte che ti fanno crescere!**”*

Un lavoro, quello che aspetta il Presidente Prada e l'intero Esecutivo non certo semplice dovendo affrontare le problematiche che stanno attanagliando la categoria e che avrà come obiettivo quello di sostenere la professione in questa fase di cambiamento cercando di portare i pazienti negli studi dei dentisti ANDI.

“Innanzitutto convincendoli che dal dentista si va per mantenere sana la propria salute orale e che il dentista non si sceglie in base al prezzo”, dice il presidente Prada illustrando il programma in base al quale ha chiesto il voto dei delegati.

E per favorire l'accesso ai cittadini

che oggi non riescono a frequentare gli studi odontoiatrici a causa della crisi, ANDI vede nei **fondi sanitari integrativi** uno degli strumenti utili ma solamente se si riuscirà a modificare la loro governance. *“ANDI – ha spiegato Prada – dovrà rendersi protagonista di un'innovativa ed incisiva azione sul mercato, con un intervento attivo che porti a ideare progetti che consentano la gestione diretta di ANDI del ruolo ora svolto da altri intermediari, alla creazione in prospettiva di un Fondo Sanitario Integrativo ANDI e ad accordi basati su condizioni e regole elaborate dall'associazione. ANDI potrà così costituire l'elemento di garanzia verso i pazienti e di tutela verso i soci, che attualmente sono in balia dei fondi e non hanno alcun reale potere contrattuale”.*

Ma il documento programmatico presentato passa anche dalla **medicalizzazione dell'odontoiatria** con particolare attenzione verso l'invecchiamento della popolazione: ANDI dovrà intercettare le nuove necessità terapeutiche di cura, che vanno dall'implantologia all'estetica passando per la patologia clinica e la prevenzione.

“Vogliamo riappropriarci del nostro ruolo di medici – ha detto Prada – fare da sentinella nel diagnosticare, noi per primi, quelle malattie della bocca (e non solo) che altrimenti verrebbero trascurate o non individuate in tempo. Dobbiamo sensibilizzare ancora di più gli italiani ricordando che dal dentista si va per farsi curare, per prevenire le malattie e non per risolvere un problema”.

A CURA DELLA REDAZIONE ■



Direttivo Nazionale ANDI

Test per Odontoiatria ed Igiene dentale: iscrizioni ancora aperte al San Raffaele di Milano



Prof. Enrico F. Gherlone

Professore Ordinario di Malattie Odontostomatologiche
Presidente del Corso di Laurea in Odontoiatria e Protesi Dentaria
Presidente del Corso di Laurea in Igiene Dentale
Direttore dell'Unità Operativa di Odontoiatria, Istituto Scientifico H San Raffaele - Milano

Il Corso di Laurea Magistrale in Odontoiatria e Protesi Dentaria dell'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano è istituito all'interno della Facoltà di Medicina e Chirurgia, in un ambiente universitario che si avvale della stretta collaborazione con l'IRCCS San Raffaele, centro di ricerca e di cura di riferimento nazionale e internazionale. Il raggiungimento delle competenze professionali si concretizza attraverso la frequenza ad attività formative trasversali, quali lezioni di didattica frontale, tirocinio clinico, laboratori con manichini, laboratori di didattica interdisciplinare nella struttura IRCCS San Raffaele. Di particolare rilievo è l'attività formativa pratica e il tirocinio clinico di tipo osservazionale, che hanno inizio fin dal primo anno e trovano piena laboriosità al sesto anno di corso, in modo da garantire la totale padronanza di tutte le necessarie competenze e la loro applicazione immediata nell'ambiente lavorativo.

Il Corso di Laurea è volutamente organizzato per consentire, ad un numero di studenti commisurato alla struttura, di avvalersi di una didattica interattiva in stretto e continuo rapporto tra discenti, docenti di chiara fama e tutori, garantendo l'adeguamento del profilo professionale del laurea italiano a quello europeo (in accordo con le indicazioni fornite dall'Advisory Committee on Formation of Dental

Practitioners dell'Unione Europea).

La diretta esperienza degli studenti della realtà e metodologia della ricerca fornisce una preparazione culturale eccellente sia per l'accesso a successivi livelli di studio, sia per l'inserimento nel mondo scientifico, acquisendo competenze qualificanti e specifiche.

Il Corso di Laurea, così strutturato, ha l'obiettivo di formare moderni odontoiatri da introdurre nel mondo professionale, qualificati ad un elevato livello d'eccellenza e orientamento professionale, attraverso un'innovativa e peculiare preparazione per l'espletamento della professione.

Nel Corso di Laurea Magistrale in Odontoiatria e Protesi Dentaria vi è qualcosa che anticipa e precorre i tempi.

Vengono preparati operatori non unicamente di livello eccellente, che si avvalgono dell'esperienza in campo didattico e formativo dell'Ateneo Vita-Salute San Raffaele, ma anche in grado di apprendere durante tutto il percorso formativo concetti di pianificazione, percorsi clinici, cognizioni di management e programmazione sanitaria odontoiatrica, tutti indirizzi che sono alla base della moderna odontoiatria e dai quali i futuri laureati non possono esimersi, il tutto sotto il profilo operativo della nuova



sede di "Dental school".

I docenti, oltre a quelli di chiara fama afferenti dalla prestigiosa Facoltà di Medicina del San Raffaele, sono stati reclutati tra i più eccellenti del panorama odontoiatrico nazionale ed internazionale. Inoltre già dal primo anno vengono tenuti corsi su preparati anatomici umani e possibilità di recarsi all'estero gratuitamente presso prestigiose strutture odontoiatriche ove iniziare ad acquisire competenze organizzative e di marketing fondamentali nell'odontoiatria moderna.

Le iscrizioni sono aperte dal 1 luglio fino alle 11.30 del 22 agosto 2014.

La prova si terrà il 28 agosto 2014 presso Fiera Milano City
Per maggiori info: www.unisr.it

Segreteria Studenti
Telefono: 02.91751.561/4
Fax 0291971.453
e-mail: ammissioni@unisr.it

Numero verde: 800 33 90 33

Il valore aggiunto delle imprese "familiari"

Le imprese a conduzione familiare (e tra queste possono rientrare, ovviamente, anche gli studi dentistici) evidenziano alcuni punti di forza che non sono riscontrabili, invece, nelle società tradizionalmente intese. In base ad uno studio condotto da BCG ed Ecole Polytechnique si evince quanto nelle cosiddette imprese familiari, nel lungo termine, le performance economiche siano superiori rispetto al resto delle società presenti sul mercato. Questo avviene perché tali aziende concentrano le proprie strategie finanziarie sulla resilienza e non sui risultati a breve termine, hanno cioè un'ottica di visione aziendale più spostata nel tempo, più lungimirante per intenderci. L'indagine permette di fare, inoltre, la seguente differenziazione tra le due categorie di imprese in questione: mentre durante le fasi di boom economico le imprese familiari possono perdere qualche opportunità rispetto a quelle classiche, durante i periodi di crisi - proprio come quello che stiamo attualmente attraversando - registrano maggiore forza e tenuta.

Ecco di seguito alcune peculiarità (sottolineate dai ricercatori dello studio che stiamo prendendo in esame) che contraddistinguono le imprese familiari e che aiutano ad inquadrare meglio il concetto di resilienza:

1. Sono frugali nella buona e cattiva sorte

2. Tengono alta l'asticella per le spese di capitale

3. Accumulano pochi debiti

4. Acquisiscono meno aziende, e più piccole

5. Sono più diversificate

6. Sono più internazionali

7. Trattengono i talenti meglio dei concorrenti.

C'è da dire che queste pratiche possono tranquillamente essere messe in atto da qualsiasi manager, anche se non lavora all'interno di un'impresa familiare. A tal proposito, i ricercatori hanno riscontrato performance paragonabili alle imprese a conduzione familiare tra quelle non familiari che adottano tali soluzioni.

Per costruire un team vincente occorre stabilità

Che il risultato finale di ogni attività dipenda dal contributo di tutti i singoli componenti del gruppo di lavoro è ormai un concetto assodato. Un team stabile e durevole nel tempo è più efficace ed efficiente rispetto ad un team che subisce ricambi e rinnovamenti frequenti. La tesi secondo cui il cambiamento si traduca in maggiore vivacità di pensiero, nuove idee e maggiori stimoli, evitando così la stagnazione generalizzata, si contrappone all'esatto opposto, secondo cui la confidenza, unita all'esperienza, che scaturisce dal tempo trascorso a lavorare fianco a fianco giovi



di gran lunga alla produttività ed alla fidelizzazione dei clienti (nella fattispecie i pazienti). Ebbene, sono numerosi gli studi e le indagini economiche che confermano la seguente tesi: "per costruire un team vincente occorre stabilità".

In tale direzione, infatti, vanno diversi studi condotti da autorevoli fonti internazionali (Harvard, Business Review, Aprile 2009 n.4, Gary Hamel), che attestano quanto soprattutto i team di lavoro siano soggetti a curve di apprendimento che migliorano col crescere di quella "familiarità" che caratterizza un rapporto di lavoro "oliato" e consolidato nel tempo. E' ovvio che tutto ciò si traduce in performance maggiori, meno soggette ad errori e ostacoli relazionali, in cui molti problemi si riescono ad evitare o a risolvere con più rapidità. Naturalmente la gestione ottimale del team dipende da una costante "Analisi di Clima" (CPA - Corso Pratico Annuale - Prof. Antonio Pelliccia). Sappiate creare un gruppo di lavoro coeso e stabile, mettendo in campo tutte le logiche legate ad una gestione manageriale delle risorse umane. Motivare, delegare, responsabilizzare e sviluppare competenze per premiare gli obiettivi.

FONTE HARVARD BUSINESS REVIEW
ADATTAMENTO REDAZIONE MEDIAMIXWEB.IT

Salvaguardia della salute orale: il ruolo del pediatra



Dr.ssa Marina Picca

Pediatra

Presidente SICuPP

(Società italiana delle cure primarie pediatriche)

Dr.ssa Picca, cosa emerge dalle ultime linee guida relative alla promozione della salute orale emanate dal ministero della Salute, le quali si rivolgono in larga misura al pediatra?

Nel mese di novembre 2013 sono state aggiornate e pubblicate le linee guida nazionali per la promozione della salute orale e la prevenzione delle patologie orali in età evolutiva. Il documento elaborato da un gruppo di lavoro composto da odontoiatri e pediatri, coordinato dalla prof.ssa Laura Strohmenger, testimonia l'importanza di un lavoro comune, di una collaborazione e condivisione di strategie che possano favorire la promozione della salute orale. Particolare attenzione viene rivolta al pediatra, soprattutto di famiglia, perché, come viene riportato nel testo, "interlocutore preferenziale della famiglia stessa nei primi anni di vita del bambino per la promozione della salute e quindi anche per la prevenzione orale". Il documento recentemente pubblicato contiene indicazioni molto importanti, alcune molto nuove, che devono essere innanzitutto recepite da tutti gli operatori, fatte conoscere e rese attuabili.

Quali le novità più rilevanti?

Viene sottolineata l'importanza della salute del cavo orale della mamma, già in gravidanza, poiché sono alte le possibilità che la mamma possa trasmettere

al neonato, attraverso la saliva, l'infezione da Streptococco mutans, principale agente patogeno della carie.

Si conferma che l'utilizzo del fluoro rappresenta la pietra miliare nella prevenzione della carie. Rispetto al precedente documento pubblicato nel 2008 ci sono importanti novità, frutto di un'analisi di numerosi studi scientifici internazionali pubblicati negli ultimi anni. In particolare la via topica, utilizzando il dentifricio contenente fluoro, diventa la modalità preferita di somministrazione del fluoro. Gli integratori fluorati devono essere prescritti nei casi di oggettiva difficoltà alla somministrazione topica o come metodica di fluoroprofilassi aggiuntiva nei soggetti con particolare rischio di carie. Tutto questo richiede grande collaborazione da parte di tutta la famiglia. Dai 6 mesi ai 6 anni di età, la fluoroprofilassi può essere effettuata attraverso l'uso di un dentifricio contenente almeno 1000 ppm di fluoro, 2 volte al giorno, in dose pea-sized. E' sempre consigliata un'accurata supervisione, da parte del genitore, della quantità di dentifricio fluorato somministrato al bambino nei primi anni di vita.

Nei casi di oggettiva difficoltà all'uso del dentifricio come unica metodica di fluoroprofilassi e nei soggetti ad alto rischio di carie, le linee guida propongono l'utilizzo di integratori fluorati (dopo aver valutato l'assunzione da altre fonti di fluoro) come metodica aggiuntiva all'uso

Il pediatra gioca un ruolo decisivo nel mantenimento della salute orale sin dall'età infantile, oltre a rappresentare l'interlocutore preferenziale della famiglia stessa nei primi anni di vita. Abbiamo approfondito tali aspetti con la pediatra Marina Picca



del dentifricio nelle seguenti dosi:

- da 6 mesi ai 3 anni: somministrare 0,25 mg/die di fluoro con gocce;

- da 3 a 6 anni: somministrare 0,50 mg/die di fluoro con gocce o pastiglie.

Dopo i 6 anni la fluoroprofilassi viene effettuata attraverso l'uso di un dentifricio contenente almeno 1000 ppm di fluoro, 2 volte al giorno.

Sempre nelle linee guida viene ancora sottolineato quanto, per promuovere la salute orale, sia importante agire sui tanti fattori coinvolti nella patogenesi della carie, quindi oltre alla fluoroprofilassi risulta necessario favorire l'igiene orale e una corretta alimentazione.

Un'attenzione particolare va rivolta proprio all'alimentazione. Gli zuccheri introdotti con la dieta - soprattutto il comune zucchero da cucina - rappresentano uno dei più importanti fattori eziologici della carie dentale. Nelle linee guida viene riportato che un'assunzione superiore alle quattro volte al giorno di zuccheri (aggiunti ad alimenti come dolci, bibite, biscotti, torte, succhi di frutta, miele) porta a un aumento del rischio di carie. Tali carboidrati sono spesso contenuti anche in alimenti e bevande non tipicamente dolci, come snack salati di produzione industriale.

Oltre al tipo di alimento è importante la frequenza con cui viene consumato, la consistenza e la composizione e anche per quanto tempo resta in bocca. Per questo il consumo di zuccheri soprattutto

lontano dai pasti principali e per lunghi intervalli di tempo rappresenta un terreno favorevole alla colonizzazione batterica e al rischio di carie. Quindi è importante che la frequenza e la quantità di cibi e di bevande zuccherate vengano ridotte e limitate ai pasti principali, al termine dei quali la pulizia dei denti e del cavo orale possono allontanarli dalla bocca. Uno dei peggiori nemici dei denti nei bambini piccoli è l'uso del succhiotto con zucchero o miele e di biberon con bevande zuccherate, soprattutto durante il sonno quando la produzione di saliva, che ha un effetto "lavante", è ridotta.

In quali termini il pediatra può contribuire a ridurre l'insorgenza di patologie orali?

Il pediatra nell'ambito dei controlli di salute, cosiddetti bilanci di salute, pone l'attenzione alla prevenzione di numerose patologie e tra queste anche le patologie orali, promuovendo l'educazione ai comportamenti utili alla salute orale, intercettando i soggetti a rischio di patologia cariosa e le situazioni di anomalie dei rapporti occlusali. A partire da queste osservazioni il pediatra valuterà per ciascun soggetto l'invio allo specialista, e sarà importante una collaborazione e condivisione di percorsi diagnostico-terapeutici per favorire una

buona compliance da parte dei bambini, dei ragazzi e delle famiglie.

Infine, quali sono i suggerimenti al fine di proteggere il benessere dei denti e favorire la salute orale dei bambini?

-Scoraggiare l'assunzione di bevande e cibi contenenti carboidrati semplici fuori dai pasti principali; in particolare, l'uso del succhiotto edulcorato e l'uso non nutrizionale del biberon contenente bevande zuccherine;

-privilegiare per la fluoroprofilassi la somministrazione topica del fluoro, riservando l'impiego di integratori fluorati ai casi di oggettiva difficoltà alla somministrazione topica e nei soggetti ad alto rischio;

-educare ad una costante igiene orale;

-individuare i soggetti a maggior rischio. Possiamo in sintesi dire che l'educazione a sane abitudini alimentari e di vita, ad una buona igiene orale e la fluoroprofilassi rappresentano i fattori principali che hanno favorito il miglioramento della salute orale osservato negli ultimi decenni e che è indispensabile continuare a promuovere per raggiungere risultati sempre migliori in termini di "benessere" orale e non solo.

VINCENZO MARRA ■

INTERNATIONAL EXPODENTAL

MILANO 16|17|18 OTTOBRE 2014

EXHIBITION
EDUCATION
EVENTS
COMMUNITY

#eccellenzadentale



SCOPRI IL NUOVO EXPODENTAL!

FOCUS SUL DIGITALE | FORMAZIONE GRATUITA | ISOLE DI LAVORAZIONE



WWW.EXPODENTAL.IT



UNIDI

Unione Nazionale Industrie Dentarie Italiane



PADIGLIONE 3
fieramilanocity

ORGANIZZATO DA PROMUNIDI SRL | V. LE E. FORLANINI, 23 | 20134 MILANO | TEL. +3902700612.1 | COMMERCIALE@EXPODENTAL.IT | WWW.EXPODENTAL.IT



Dr. Paolo Ferrero
Key Account Manager

Ecco quanto la tecnologia ha cambiato l'approccio alla professione

In modo preponderante negli ultimi due decenni, la tecnologia ha "invaso" gli studi odontoiatrici determinando non pochi vantaggi in termini di efficienza clinico-gestionale. Vuole delinearci un quadro complessivo a tal proposito?

Negli anni novanta la tecnologia ha iniziato ad avere un rapporto-costo beneficio accettabile anche per essere adottata nei piccoli studi professionali. Lo scopo che ci eravamo prefissati come addetti ai lavori era quello di introdurre negli studi il concetto di rete informatica, per consentire ai medici ed al loro personale di lavorare in gruppo, in modo indipendente, ciascuno con i propri compiti e le proprie mansioni. Questo obiettivo ambizioso è stato perseguito attraverso l'analisi di tre aspetti: hardware, software, formazione del personale. Tre aspetti intersecati tra loro, ma quello della formazione è il più importante, il quale obbliga ad un'analisi attenta di hardware e software. Inizialmente ci siamo concentrati sull'aspetto ergonomico dell'hardware e della sua collocazione fisica all'interno dello studio. Le dimensioni dei computer e dei loro accessori in quel periodo erano considerevoli se rapportati ai piccoli spazi in cui spesso i medici si trovano a lavorare. E' per questo che abbiamo fatto ricerche sul mercato hi-tech per computer e monitor di dimensioni ridotte.

Risolta la problematica hardware e del suo posizionamento, ci siamo concentrati nell'ideazione di un software che consentisse allo studio odontoiatrico di poter avere a disposizione, in modo semplice ed intuitivo, l'analisi dei dati e la comunicazione con il paziente, cioè quelli che noi consideriamo i due pilastri fondamentali nella gestione di uno studio odontoiatrico. E' seguita un'attenta analisi delle funzionalità da implementare nel software, senza mai dimenticare l'aspetto dell'utilizzo. Il software deve essere semplice, consentire al medico ed al suo personale di compiere il loro lavoro meglio e più velocemente di come lo avrebbero fatto con carta e penna.

L'analisi completa ed approfondita dei dati consente al medico non solo di scoprire ogni minimo risvolto della propria attività, ma anche di utilizzare i dati raccolti per elaborazioni attraverso metodologie messe a punto da professionisti specializzati nell'ambito della gestione dello studio.

L'avvento del mondo digitale 2.0, ovvero di internet e dei dispositivi mobili, ci ha consentito di creare applicazioni che consentono all'odontoiatra ed al suo team di poter essere sempre collegati con il paziente, pur non essendo fisicamente all'interno dello studio.

Le applicazioni mobili, infatti, offrono sia al medico che al paziente una modalità di interazione semplice, veloce ed efficace. Le informazioni sono

sempre a disposizione del paziente, con un semplice tocco dello schermo dello smartphone o del tablet.

Ovviamente le soluzioni tecnologiche hanno consentito, altresì, di rendere più consapevole il paziente, migliorando la compliance con il dentista e di conseguenza anche l'aderenza al piano terapeutico, non trova?

L'avvento del web ha radicalmente cambiato il rapporto medico paziente. La facilità di reperire notizie in rete, purtroppo non sempre veritiere, obbliga in qualche modo il medico a realizzare una comunicazione qualificata con i propri pazienti, cercando di essere estremamente efficace per ottenere il massimo risultato, ovvero la loro soddisfazione, con il minimo sforzo. Ottenere la compliance del paziente è la strada maestra per migliorare il risultato della cura e quindi la soddisfazione del paziente stesso. Tutto ciò passa obbligatoriamente attraverso un processo ergonomico e l'utilizzo delle più avanzate tecnologie disponibili. Riuscire a gestire e distribuire grandi quantità di informazioni richiede un software in grado di impostare e monitorare, con poche e semplici operazioni, tutte le comunicazioni tra studio e paziente. E' questa la chiave di volta per una comunicazione efficiente e personalizzata.

A CURA DELLA REDAZIONE ■

57° Congresso degli Amici di Brugg

Dottor Perrini, ci sembra sia andato tutto bene.

Sì, è proprio così, abbiamo raggiunto il ragguardevole numero di 1.500 iscritti e anche i padiglioni hanno mostrato un'affluenza decisamente superiore a quella dello scorso anno.

Dai primi dati forniti dal nostro partner Unidi la mostra è stata visitata da oltre 16.000 persone, fra operatori, medici, personale di studio e tecnici. Un risultato notevole che nella giornata clou di venerdì 23 tutti noi abbiamo potuto toccare con mano. Non è stato facile quel giorno raggiungere in automobile un posteggio libero, gente in coda agli ingressi se ne è vista parecchia e nei corridoi i flussi dei visitatori erano davvero estremamente ravvicinati. Per gente come noi, che di Congressi ne ha organizzati tanti nella sua vita, sono questi i segnali inequivocabili di un evento che ha ottenuto la rispondenza di pubblico che ci aspettavamo.

Dunque si è verificata quest'anno una vera e propria inversione di tendenza che ha smentito le previsioni pessimistiche della vigilia. Ciò lo dobbiamo soprattutto al consueto utilizzo nelle relazioni di argomenti pratici che sono sempre al centro della nostra attenzione formativa e che ci premiano ogni anno facendo affluire a Rimini un numero crescente di dentisti generici che rappresenta per la maggior parte il nostro pubblico.

Vuole anticiparci qualche novità per il prossimo anno?

Non spetta a me parlare del programma per cui esiste ed opera una commissione bicefala a seconda si tratti di temi ideati per

i medici piuttosto che per i tecnici. Ma desidero sottolineare la continuità di un cammino che quest'anno ci ha portati a trattare a 360° il dente provvisorio in tutte le sue sfaccettature e l'anno prossimo ci condurrà a ripetere l'operazione con le medesime modalità nei riguardi del definitivo. Ecco sarà questo il tema dominante del giovedì svolto in seduta comune per odontoiatri ed odontotecnici. La giornata del venerdì sarà come di tradizione svolta separatamente per le due categorie con il consueto classico approccio multidisciplinare per cui tutto quanto di significativo ed utile all'attività pratica di ciascuno di noi (dentista o tecnico che sia) cercheremo di presentarlo e di farlo illustrare dagli esperti più qualificati delle diverse discipline. Il sabato poi torneremo a lavorare insieme proseguendo con l'esperimento della diretta video in 3D che rappresenta ormai un 'must' insostituibile per il nostro Congresso.

Vogliamo concludere accennando a qualche altra novità in programma per la seconda parte del 2014?

Essendo il nostro obiettivo la formazione continua non possiamo che offrire opportunità nel corso di tutte le stagioni e con diversi tagli che si adattino alle esigenze di tutti. Vorrei qui ricordare in particolare la ripresa del Corso di Alta Formazione che



Il bilancio della manifestazione tracciato dal Dr. Nicola Perrini, Presidente degli Amici di Brugg

per diversi anni ha riscosso notevole successo presso l'Università di Bologna e che quest'anno vogliamo ripetere avvalendoci dell'alta consulenza dell'Università di Pisa. Cambieremo sede dunque, secondo il programma che vi verrà consegnato quanto prima, ma non lo spirito che è quello di una collaborazione preziosa con le università italiane cui riconosciamo il ruolo insostituibile per la formazione odontoiatrica ai massimi livelli.

Quest'anno il comitato scientifico del Corso, formato da alcuni di noi che non posso tutti citare, limitandomi a ricordare il prof. Ugo Covani, promotore dell'iniziativa e direttore scientifico dell'Istituto Stomatologico Toscano, ci condurrà in ben quattro incontri ad affrontare argomenti importanti, quali il rapporto protesi-implantologia, la biologia dei tessuti molli perimplantari e l'interfaccia protesica, il ruolo infine della merceologia, tanto delle leghe quanto dei materiali, in un approccio moderno che non può prescindere dal nuovo sistema digitale che tanto inciderà in futuro sulla nostra disciplina.

TRATTO DA COMUNICATO STAMPA AMICI DI BRUGG ■

Nuovo statuto ENPAM: la soddisfazione del settore odontoiatrico

"L'approvazione del nuovo Statuto ENPAM rappresenta un passaggio importante per il futuro del nostro Ente previdenziale e dà, finalmente, una riconosciuta rappresentanza agli odontoiatri".

A sottolinearlo è il Presidente ANDI Gianfranco Prada.

"Questo statuto è il frutto di un importante lavoro di proposizione e mediazione a cui ANDI non si è mai sottratta e risparmiata", continua Prada.

Un impegno unitario della componente odontoiatrica ed i buoni rapporti costruiti nel tempo con i sindacati medici, ed in particolare con la FIMMG, hanno consentito di raggiungere lo storico obiettivo di vedere riconosciuta

la rappresentanza autonoma degli odontoiatri sia in Consiglio Nazionale che nel Consiglio di Amministrazione dell'Ente.

Riteniamo inoltre positiva anche la possibilità di votazione diretta da parte degli iscritti ai vari fondi di loro rappresentanti in Consiglio Nazionale, così come la decisione di riduzione dei costi di gestione di ENPAM e dei compensi, come del resto avevamo richiesto come



ANDI. Naturalmente sempre tenuto conto delle responsabilità che derivano dalla gestione di un ingente patrimonio che deve garantire il nostro futuro.

Ora chiedo a tutto il CdA ENPAM ed al Consiglio, dopo aver ottenuto questo importante risultato per il futuro del nostro Ente previdenziale, di lavorare con impegno per dare un futuro alle nostre pensioni, in particolare per i giovani medici e dentisti per incentivare non solo quel patto generazionale che permetterà di dare ai pensionati una sicurezza economica doverosa ma per garantire che anche questi giovani medici e dentisti possano, un giorno, andare in pensione serenamente.

Failatuadomanda.it, il nuovo servizio per i professionisti del dentale

intervista a
Ing. Fabiano Buongiovanni



Ing. Buongiovanni, ci spieghi con quali finalità è nato il portale failatuadomanda.it e a chi si rivolge.

Failatuadomanda.it nasce dalla volontà di voler fornire un servizio di qualità a tutti i professionisti del dentale. L'obiettivo è quello di garantire una consulenza rapida ed esauritiva all'odontoiatra che abbia qualche dubbio su temi e materie che coinvolgono l'attività e la pratica quotidiana (ad esempio: decidere quale sia la formula fiscalmente più conveniente per acquistare un macchinario).

Dopo un'attenta indagine di mercato è emerso che, ad oggi, non esiste nel settore un servizio online professionale che fornisca in maniera semplice ed immediata risposte precise, in grado di chiarire dubbi e dare consigli gratuiti ai professionisti che si trovano ad affrontare situazioni nuove delle quali non hanno conoscenze approfondite.

Failatuadomanda.it è stato pensato per soddisfare proprio

questa necessità: il professionista pone la propria domanda (su diverse aree tematiche, es: Ortodonzia, Protesi, Marketing, Management, Fisco, etc.) e il sito propone delle risposte dettagliate ed esaurienti (potranno essere sotto forma di video oppure di slide corredate da immagini esemplificative) realizzate da relatori esperti nella materia specifica. Il sito è online solo da poche settimane, ma le domande pervenute sono già centinaia e stiamo cercando di evadere le risposte nel più breve tempo possibile, infatti il team di failatuadomanda.it s'impegna a formularle entro 48 ore! L'utente sarà informato tramite mail quando sarà pubblicata la risposta a lui dedicata.

Il mio invito per gli odontoiatri, quindi, è quello di sfruttare tale possibilità, usufruendo di un servizio gratuito, pensato per tutte le singole esigenze, che si propone come supporto ad un professionista sempre aggiornato ed informato.

Un patto per tutelare il futuro della professione

Venerdì 20 e sabato 21 giugno 2014 si è tenuto a Cagliari il 7° Congresso Nazionale SITD (Società Italiana di Traumatologia Dentale) in collaborazione con AIO ed il patrocinio di ANDI, AISO, SIDO, SIOI, CDUO, SIOF, SIOS e l'Università degli Studi di Cagliari.

Portando il saluto degli studenti di odontoiatria, il consigliere culturale AISO- Cagliari, Elio Boschetti, non si è potuto sottrarre dal farsi portavoce della profonda preoccupazione che vivono studenti e neolaureati: l'ingresso nel mondo del lavoro.

Il mondo dell'odontoiatria negli ultimi anni ha subito un brusco e continuo peggioramento dovuto alla crisi economica che il nostro Paese sta ancora vivendo ed alla pletera di dentisti presenti in Italia.

Stiamo infatti assistendo alla crescita del numero di pazienti che rinunciano a recarsi dall'odontoiatra o addirittura abbandonano le cure per ragioni economiche, al proliferare di centri lowcost in franchising ed a colleghi che ricorrono a mezzi pubblicitari tutt'altro che professionali.

Tutto ciò non può che generare una grande confusione tra i pazienti ed arrecare un grave danno alla nostra categoria: le prestazioni che eroghiamo sono frutto di anni di formazione e di un aggiornamento continuo nel tempo, la nostra etica e deontologia non possono ammettere che siano (s)vendute come banali prodotti commerciali.

Ogni anno si laureano in Italia un numero di odontoiatri che oscilla tra gli 800 e i 900, acquisendo il titolo in uno dei 36 corsi di laurea in odontoiatria



e protesi dentaria, tuttavia la preparazione di alcuni di essi, risulta avere gravi lacune soprattutto per quanto riguarda la pratica clinica. Infatti alcuni corsi di laurea sono situati in strutture sprovviste dell'aula manichini ed in altre gli studenti non hanno la possibilità di lavorare con i pazienti.

Un corso di laurea in odontoiatria ha tre principali obiettivi: la **formazione di nuovi odontoiatri**, la **ricerca scientifica** e fornire **assistenza sanitaria alla popolazione** (in convenzione con le ASL territoriali). Ognuno di essi è mezzo e fine dell'altro, uniti da un legame imprescindibile.

Purtroppo, invece, alcune sedi producono professionisti impreparati, una ricerca di basso livello ed un servizio al pubblico scadente.

Probabilmente un numero contenuto di sedi permetterebbe infatti un'ottimizzazione delle risorse, utili al fine di creare centri di eccellenza in grado di competere con le migliori università europee.

Potrebbe essere proprio questo il punto di svolta delle lauree italiane in odontoiatria.

Attualmente nel nostro paese c'è un odontoiatra ogni 800 abitanti (a

dispetto dei 2000 indicati come numero congruo dall'OMS), e ciò non è dovuto solo ai tanti laureati in Italia, ma anche ad un fenomeno che negli ultimi anni ha avuto una crescita esponenziale: le lauree private all'estero.

Sempre più connazionali, una volta fallito il test di ammissione nei nostri atenei, scelgono di aggirare il numero programmato andando a studiare presso paesi membri UE, per poi tornare ad esercitare in Italia. Se fino a qualche anno fa si parlava di cifre ristrette, negli anni sono diventati centinaia, fino ad arrivare al 2014 ed i prossimi anni, in cui il numero di richieste di iscrizione all'albo di laureati in paesi UE eguaglierà quello dei laureati nel territorio nazionale, fino a superarlo.

Ogni anno avremo, quindi, una media di 1500/1600 neo odontoiatri con effetti devastanti sulle aspettative lavorative degli studenti italiani e sulla qualità dei servizi offerti al paziente. Se da un lato non ci si può opporre alla libera circolazione di professionisti tra gli stati membri dell'Unione Europea, dall'altro non possiamo rimanere inermi spettatori mentre viene lacerata la dignità di una professione. Infine, Elio Boschetti ha concluso ringraziando AIO ed ANDI per le battaglie sindacali condotte fino ad oggi ed invitando le due maggiori associazioni di categoria ad affiancare l'Associazione italiana studenti di odontoiatria con un impegno straordinario al fine di cercare insieme ed al più presto opportune e coraggiose soluzioni al problema.

Erosione dentale: impariamo a limitarla grazie all'igiene orale

La presenza di sostanze acide all'interno del nostro cavo orale ingenera quei processi chimici che causano il deterioramento della struttura dentale: stiamo parlando dell'erosione dentale. Gli acidi intaccano la parte più esterna dei denti, lo smalto, e causano lesioni più o meno profonde, poiché hanno la forza di sciogliere gli elementi minerali costitutivi dello stesso. Con la demineralizzazione lo smalto perde la sua struttura cristallina e si lesiona più o meno irreversibilmente.

I fattori scatenanti dell'acidità sono riconducibili a fattori interni: reflusso gastroesofageo o ernia iatale, malattie responsabili di rigurgito. Sono queste le condizioni per cui il cibo e i succhi gastrici ritornano nel cavo orale e portano avanti la loro azione demineralizzante ed erosiva. Presentano questo problema anche le persone che soffrono di bulimia (per via dei frequenti episodi di vomito autoindotto). Al contrario, i fattori estrinseci sono legati al consumo di cibi particolarmente acidi, i quali sono molto spesso presenti nella nostra dieta, e questo sottopone i nostri denti ad un attacco continuo che non consente alla saliva di agire come dovrebbe.

La saliva gioca un ruolo decisivo nella protezione dei denti dall'erosione attraverso la sua capacità tampone (buffering capacity). Il cavo orale

presenta un ph neutro e tale deve rimanere, ma quando per via delle cause prima elencate questo vira verso lo stato acido è proprio la saliva ad intervenire per ripristinare la situazione iniziale. Più la saliva mantiene intatta tale capacità tampone, in misura maggiore la nostra dentatura sarà protetta.



A seconda della gravità del processo erosivo in atto si attuano differenti terapie e trattamenti. Nel caso in cui, cioè, le strutture organiche sono collassate si può solo bloccare l'avanzamento della lesione ma non eliminarla, e sarà necessario intervenire nella ricostruzione della struttura dura del dente ormai inesorabilmente compromessa. Fastidio al contatto con sostanze calde o fredde e difficoltà accompagnata da dolore nella fase della masticazione saranno condizioni tipiche di questo stadio.

Quando invece il processo di erosione è ancora reversibile oltre a correggere

alcune abitudini alimentari sbagliate, si può, con il consiglio del proprio odontoiatra, impiegare il fluoro per facilitare la remineralizzazione del dente e limitare il deterioramento dello stesso.

La negligenza ci impedisce, forse, di comprendere esattamente quanto gli strumenti preposti per l'igiene orale siano capaci di prevenire con efficacia non l'insorgenza di carie, gengiviti e fastidiose irritazioni, grazie ad una più completa eliminazione di tartaro e placca, ma anche di limitare il processo erosivo degli elementi dentali. Esistono oggi, grazie alla ricerca applicata, tutta una serie di presidi all'avanguardia capaci di preservare il nostro sorriso dai segni più tangibili ed evidenti dell'invecchiamento, e che per trascuratezza mista ad incuria non adoperiamo come al contrario dovremmo. Sebbene sullo spazzolino si sia già detto tutto, è utile sottolineare ancora una volta quanto la stragrande maggioranza delle persone lo utilizzi per un numero di volte assolutamente insufficiente nell'arco della giornata e per un periodo di tempo eccessivamente lungo. E pensare che pochi accorgimenti, a cominciare da stili di vita più sani accompagnati da scelte più consapevoli, sarebbero sufficienti a preservare l'integrità e l'armonia del nostro sorriso.

A CURA DELLA REDAZIONE ■

TASI: la nuova tassa sui servizi

A cura del Dr. Vincenzo Statelli, Ragioniere Commercialista



Come consuetudine ormai, pochi istanti prima della scadenza per il pagamento delle imposte sulle dichiarazioni dei redditi arriva la tanto attesa proroga. Proroga richiesta da tutti gli attori interessati al pagamento ed anche dai commercialisti che devono effettuare i calcoli ed andare dietro a tutte le verifiche e ai calcoli che ne conseguono. Nonostante le numerosissime scadenze che ingolfano gli studi dei commercialisti in questo periodo è importante avere con quest'ultimo un contatto assai più frequente che non durante tutto il resto dell'anno. Proprio in questo periodo, infatti, il coinvolgimento della figura professionale del commercialista deve essere più assiduo che mai e deve essere indirizzato a trasferire e condividere i processi decisionali, di programmazione e pianificazione della propria attività. Vi ricordo che quanto più questo processo di interscambio con il vostro commercialista si integra all'interno del vostro business, tanto maggiori saranno i benefici che si possono trarre da tale sinergia, a tutto vantaggio dell'attività e della redditività.

Durante uno dei miei ultimi convegni ho evidenziato com'è cambiato il rapporto cliente/consulente nell'arco di questi anni e quanto sia diventato indispensabile avere la figura professionale del commercialista, coinvolta nei processi decisionali del medico/odontoiatra. L'ausilio delle nuove tecnologie, inoltre, ha permesso anche di stipulare a costi molto contenuti un contratto di consulenza a distanza anche con importanti e qualificati studi professionali a tutto vantaggio del manager e dell'intero management della clinica odontoiatrica.

Oggi, purtroppo, non è più possibile concepire la professione odontoiatrica come si faceva diversi anni fa. L'aumentata tassazione dei redditi, la velocità di mutamento dello scenario fiscale, l'incremento di tutti gli oneri necessari per svolgere l'attività, uniti ad una maggiore competitività (sicurezza, formazione, investimenti ecc), rendono necessario un adeguato coinvolgimento del commercialista. Tenuto

conto, inoltre, che la pressione fiscale in Italia raggiunge tassi tra i più alti in Europa, dopo Svezia e Danimarca, ma con una qualità di servizi pubblici nemmeno minimamente paragonabile a quella dei paesi che ci precedono, l'integrazione del commercialista all'interno della propria struttura sanitaria porterà il vantaggio di poter sfruttare tutte le agevolazioni previste dalle leggi e dunque un minor carico fiscale e conseguentemente un maggior reddito. Questo significa che senza un'adeguata programmazione dell'attività buona parte del reddito andrà al fisco.

Ad incrementare la pressione fiscale e a spremere ancor di più le imprese ed i privati ci ha pensato il legislatore, con la legge n. 68 del 02.05.2014, attraverso la quale ha riscritto le regole di versamento della TASI.

MA COS'È LA TASI?

E' una nuova tassa sui servizi indivisibili erogati dal comune che si calcola in autoliquidazione, questo significa che l'onere del calcolo è a carico del contribuente. Il tributo TASI si aggiunge all'importo dovuto a titolo di IMU ed il presupposto impositivo è il possesso o la detenzione a qualsiasi titolo di fabbricati (compresa l'abitazione principale) e di aree fabbricabili, mentre ne rimangono esclusi i terreni agricoli.

La novità volta a complicare i calcoli (noi italiani siamo bravissimi a rendere complicate le cose facili) qualora l'unità immobiliare sia occupata da un soggetto diverso dal proprietario, sia all'occupante che al titolare del diritto reale corrisponde un'autonoma obbligazione tributaria.

In capo all'occupante la TASI è stabilita dal Comune nella misura compresa fra il 10% ed il 30% dell'ammontare complessivo, mentre il residuo è dovuto dal titolare del diritto reale.

COME SI FA A CALCOLARE LA BASE IMPONIBILE DELLA TASI?

Il primo passaggio è quello di trovare la rendita catastale dell'immobile. Il dato in genere si trova sull'atto di proprietà dell'immobile o su una visura catastale dell'Agenzia delle Entrate.

Per stimarne l'importo supponiamo per semplicità di calcolo una rendita catastale sia di 1.000 euro. Questo valore deve essere rivalutato del 5%, e moltiplicato per un coefficiente che porta a determinare la base imponibile (questo valore è ad esempio pari a 160 nelle abitazioni civili). Nell'esempio il valore della base imponibile sarà $1.050 \text{ euro} \times 160 = 168.000 \text{ euro}$.

COMESIDE-TERMINA L'IMPORTO?

L'importo da pagare è dato dal prodotto tra tale base imponibile e l'aliquota decisa dal Comune (che dovrebbe essere fissata

nella maggior parte dei casi tra il 2,5 ed il 3,3 per mille). Nel caso più favorevole al contribuente, l'aliquota è dell'1 per mille, e nel caso in esame produrrebbe un'imposta di 168 euro ($168.000 \text{ euro} \times 1/1000 = 168 \text{ euro}$).

ATTENZIONE

Vi ricordo che il comma 675, dell'art. 1 della legge di stabilità 2014, stabilisce che la base imponibile della TASI è la stessa dell'IMU. Per cui ad esempio si può abbattere del 50% l'imponibile per gli immobili di interesse storico artistico e ai fabbricati inabitabili.

Cosa succede se la delibera del comune in cui avete un immobile di vostra proprietà non dice nulla sulla Tasi relativa all'inquilino? In questa situazione chi affitta deve pagare la Tasi alla soglia minima – il 10% –, mentre ogni altra percentuale di imposizione a carico del detentore deve essere deliberata espressamente dal comune di riferimento.

La maggior parte delle modifiche introdotte dalla legge di conversione del DL n. 16/2014 riguarda le modalità ed i termini di versamento. Viene previsto, in particolare, lo scaglionamento in due rate dell'imposta, con le stesse scadenze previste per l'IMU, e le aliquote/termini applicabili in caso di mancata pubblicazione entro il 31.05.2014 della delibera comunale. Secondo quanto stabilito dal recente intervento legislativo il versamento della TASI è effettuato nei termini previsti per l'IMU. Per



chi abita in uno dei comuni che non hanno inviato la deliberazione entro tale data, la scadenza della prima rata viene spostata al 16 ottobre – ma solo se il comune invia sul sito della MEF la delibera entro il 10 settembre. Se il vostro comune non riesce a rispettare nemmeno questa scadenza, bisognerà pagare tutto assieme entro il 16 dicembre.

Infine va precisato che, se l'affittuario non paga, l'onere dell'imposta non passa al proprietario, la responsabilità solidale è prevista in altri casi ma non in questo – vale tra possessori o tra detentori per esempio.

■

ANDI SERVIZI e FARBANCA siglano una convenzione a favore degli studi odontoiatrici

- **Finanziamenti e prodotti bancari a condizioni dedicate agli associati**
- **Strumenti e servizi di consulenza per la gestione finanziaria integrata dello studio**
- **Soluzioni personalizzate per l'utilizzo di Conto Corrente e POS**

ANDI Servizi e Farbanca - Istituto specializzato nell'offerta di servizi bancari al mondo della sanità del Gruppo Banca Popolare di Vicenza -, nel corso del Congresso degli "Amici di Brugg", hanno siglato una convenzione.

L'intesa mette a disposizione degli studi odontoiatrici associati ad ANDI finanziamenti e prodotti bancari a condizioni dedicate e, in particolare, Farbanca propone interessanti soluzioni per l'utilizzo del Conto Corrente e del POS come strumenti per la gestione finanziaria integrata dello studio odontoiatrico.

Alla firma hanno partecipato **Gianfranco Prada**, Presidente di ANDI, **Gerardo Ghetti**, Tesoriere Nazionale di ANDI e Presidente di ANDI Servizi e **Giampiero Bernardelle**, Amministratore Delegato di Farbanca.

Farbanca, visto il successo ottenuto nel settore delle farmacie, dedica anche agli odontoiatri il servizio di consulenza Stop & Start, che prevede

un'analisi personalizzata dell'assetto finanziario dello studio.

*"La convenzione appena siglata con Farbanca - sottolinea **Gianfranco Prada**, Presidente di ANDI - consentirà di aiutare molti Dentisti nella acquisizione di una cultura finanziaria che li metta in grado di ottimizzare la gestione della loro attività anche sotto questo profilo. Questa crescita culturale richiederà del tempo ma siamo convinti che sia diventato un obiettivo irrinunciabile, pena l'ulteriore contrazione della marginalità su ricavi già in calo. L'accordo - prosegue Prada - completa l'offerta di servizi in convenzione proposta ai soci ANDI, offerta che, in questi ultimi anni, si è diversificata e ampliata in particolare proprio nell'ambito dei servizi bancari, finanziari ed assicurativi.*

"La scelta è

*caduta su Farbanca - afferma **Gerardo Ghetti** Tesoriere Nazionale di ANDI e Presidente di ANDI Servizi - per almeno tre motivi: opera sia con i dentisti sia con ANDI nazionale da tempo; è una banca telematica in grado di dare un ugual servizio a tutti i dentisti italiani, ma soprattutto si pone come banca specificatamente orientata al mondo della sanità e condivide con ANDI l'interesse che il nostro settore cresca, e per questo motivo è orientata a dare anche una consulenza ai nostri associati".*



La firma della convenzione



Dr. Ariano Nahi
Odontoiatra

DCStory, il software per un odontoiatra 2.0

Il Software che aumenterà l'accettazione dei preventivi motivando i pazienti e rendendoli partecipativi

Dr. Nahi, ci presenti le caratteristiche che contraddistinguono i software DCStory studiati per gli odontoiatri.

I software pensati per supportare nell'attività quotidiana il dentista sono due: **DcStory**, il quale contiene tutte le discipline odontoiatriche e **DcStoryO**, ideato specificamente per gli ortodontisti.

DcStory e **DcStoryO** sono due software per Ipad che permettono di soddisfare tutte le esigenze in termini di comunicazione di un moderno professionista che desidera interagire in modo costante e soprattutto comprensibile con i propri pazienti.

Una comunicazione attuale e chiara che assicura una evidente integrazione al consenso informato e che può contribuire ad evitare le frequenti incomprensioni o i malintesi che spesso portano alle controversie medico-legali.

In concreto con l'utilizzo di tali software è possibile mostrare al proprio paziente il lavoro che si andrà a compiere all'interno della sua bocca. Senza dimenticare il contributo e il supporto che ciò può dare alla pratica quotidiana del professionista che decide di impiegarlo.

Direttamente da iTunes store è possibile scaricare una versione demo, che non prevede alcun canone, e che viene aggiornata gratuitamente ed è integrabile con nuove immagini su richiesta.

Le immagini (della tipologia cartoni animati) sono disegnate in modo tale da non impressionare chi le osserva (nessun tipo di crudeltà che possa suggestionare il paziente che deve eseguire il trattamento), ma al tempo stesso sono estremamente dettagliate e precise.

Sono classificate secondo le varie discipline (igiene, parodontologia, protesi, etc) in una maniera intelligente e intuitiva; è possibile importare immagini o filmati, ed inoltre si può creare un elenco dei preferiti per fare una presentazione.

La caratteristica decisamente più rilevante che presenta DcStory, e che rende il software di enorme utilità pratica per ciascun odontoiatra, è quella di consentire di realizzare un piano di trattamento direttamente sulla radiografia del paziente, modificando la lastra con immagini (di capsule, impianti, innesti, etc) per presentarlo direttamente al paziente attraverso il monitor, stamparlo su carta oppure inoltrarlo allo stesso via email. Così semplice che una volta redatto il piano di trattamento si può delegare tranquillamente la segretaria a preparare il preventivo visibile e comprensibile proprio a tutti.

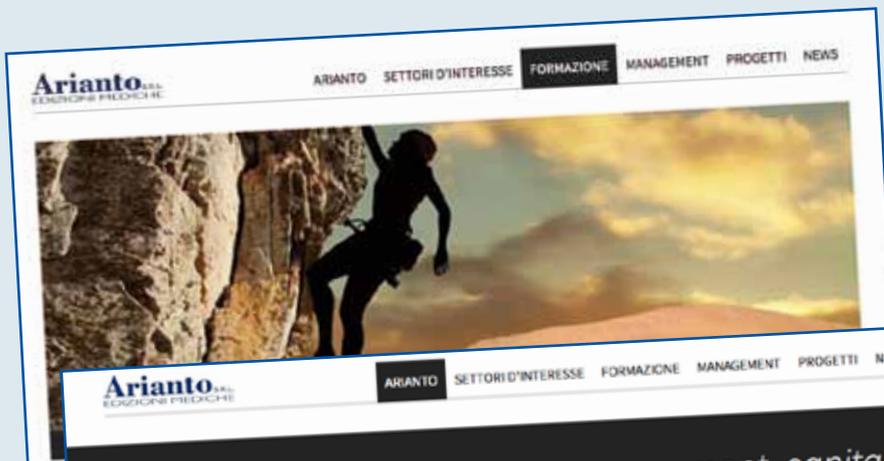
La grafica semplice consente una sorprendente rapidità di utilizzo, le funzionalità permettono una completezza assoluta in termini di realizzazione e di chiarezza.

I software sono estremamente semplici e intuitivi e non necessitano, va sottolineato, di nessuna preparazione informatica o conoscenza tecnologica particolare, e possono essere impiegati da tutto lo staff.

Per chi si abbona a Mediamix è previsto uno sconto del 40% sul prezzo dei software. Per i dettagli chiedi a: info@arianto.it



A CURA DELLA REDAZIONE ■



Il modello di marketing e management sanitario proposto da ARIANTO è quello professionale ed etico, quello dell'informazione che cura e non un freddo protocollo che spersonalizza la professione, considerando i pazienti come numeri

Quando riusciamo a farci preferire dal paziente, senza mettere al centro gli aspetti puramente commerciali, allora siamo di fronte a ciò che chiamiamo marketing deontologico sanitario

Non basta conoscere il Management, occorre applicarlo all'Odontoiatria e quindi farne parte

20 ANNI DI ESPERIENZA
ARIANTO con più di 20 anni di esperienza e sensibilità si affaccherà nell'ottimizzazione e nello sviluppo della professione.

MIGLIORA LA QUALITÀ
Non si tratta solo di aumentare i guadagni, ma di migliorare la qualità della tua vita, quella dei tuoi pazienti e delle persone che lavorano con te.

IL NOSTRO OBIETTIVO
Accrescere la qualità percepita dai pazienti, che sappiano diventare divulgatori, attraverso un marketing etico e deontologico, dove per farti preferire non devi vendere, ma saper trasmettere valore, efficienza e professionalità.

Arianto ascolta le tue esigenze e le trasforma in soluzioni misurabili per il tuo business.

Nel settore sanitario, quello del marketing e management sanitario è un ambito strategico, in continua espansione, in continua e costante evoluzione che richiede un livello di specializzazione professionale molto elevato...

www.arianto.it

Arianto S.R.L.
EDIZIONI MEDICHE

100 dentisti nel mese di Maggio 2014 hanno fatto il primo test Arianto per conoscere il loro potenziale di Marketing!

Nel mese di Giugno hanno ricevuto i risultati e usufruito delle consulenze personalizzate.

Fai anche tu il test del Marketing.

www.ivostriconsulenti.it

Arianto Centro Studi

contattaci: info@arianto.it

Questionari Arianto

100 dentisti nel mese di Maggio 2014 hanno fatto il primo test Arianto per conoscere il loro potenziale di Marketing!
Nel mese di Giugno hanno ricevuto i risultati e usufruito delle consulenze personalizzate

- ✓ Domande studiate per Te
- ✓ Elaborazione dati in pochi giorni
- ✓ Risposta su misura
- ✓ WebTV Arianto in omaggio!

Guarda i servizi Arianto

Effettuando il test sul livello di Marketing potrai ricevere anche per 3 mesi di accesso gratuito alla TV ARIANTO in cui potrai scoprire i contenuti speciali dedicati al marketing e management sanitario creati dal Prof. Antonio Pelliccia e tutti i consulenti che offrono la propria professionalità ad Arianto srl.

Antonio Pelliccia - Prof. di Economia e Marketing Sanitario e Fondatore di Arianto

Analisi su misura



a cura della **Dr.ssa Angela Tassone**
Esperta di Marketing & Comunicazione

Arianto e il questionario di sensibility analysis: scopri di quanto marketing hai bisogno!

Nell'ultimo Social Media Marketing Day organizzato da Il Sole 24 Ore, tenutosi a Milano lo scorso 25 giugno, è stato evidenziato dai professionisti del settore quanto il cosiddetto "passaparola" che ormai si svuota fondamentalmente in ambito digitale sia il più grosso influencer nelle scelte dei consumatori anche per quanto attiene i servizi sanitari.

Sulla scia delle continue sollecitazioni dal mondo del marketing e social media, ai costanti studi eseguiti nell'ambito dell'odontoiatria, Arianto ha ideato il **questionario di sensibility analysis** come strumento utile per fornire una facile ed immediata opportunità a tutti quei medici attenti, i quali vogliono trovare un nuovo modo per migliorare e incrementare la propria attività,

rispondendo alle sempre maggiori esigenze dei propri pazienti.

Il questionario è facilmente reperibile, oltre che gratuito, attraverso la piattaforma on-line www.ivostriconsulenti.it: inserendo la propria e-mail si può richiederlo, e immediatamente dopo aver dato il consenso si riceverà un link dal quale sarà possibile compilare il test. Al termine della compilazione si potrà inviare direttamente al centro studi Arianto per la correzione.

L'aspetto importante del test è soprattutto la valutazione del proprio potenziale di marketing, derivato da quelle che sono le conoscenze di base e dalle descrizioni che i medici hanno fatto delle attività già svolte nei propri studi. In tal senso, ciascun odontoiatra potrà calcolare il proprio livello in termini di approccio al marketing, scoprendo magari che, senza saperlo, nel proprio studio già applica delle idee che, coadiuvate dal know how di consulenti ed esperti, possono realmente considerarsi parte di una strategia di marketing.

I numerosi dentisti che fino ad oggi si sono sottoposti al test, dopo aver ottenuto i propri punteggi, hanno anche potuto richiedere delle consulenze più approfondite, venendo a conoscenza di tutti quei vantaggi legati ad un'adeguata strategia di

marketing specifica per il loro studio, a cui si perviene grazie all'affiancamento di professionisti esperti nel settore.

La misurazione dei risultati è determinata da un algoritmo elaborato dal Prof. Antonio Pelliccia e dal Prof. Vincenzo Russo, entrambi professionisti con 20 anni di esperienza nel settore della comunicazione e del marketing. L'algoritmo prevede che, a seconda del tipo di risposta, venga attribuito un punteggio: alto in caso di risposta meritevole, punteggio basso in caso di risposta negativa. L'estrapolazione dei dati viene poi effettuata tramite un software dedicato che analizza ogni singolo questionario.

Arianto non analizza soltanto il questionario, ma propone, in base al risultato ottenuto, un pacchetto di soluzioni su misura per seguire l'odontoiatra nella crescita del suo successo professionale. Per un marketing veramente efficace è fondamentale che ci siano strategie personalizzate, risultati misurabili, oltre ad una consulenza professionale di qualità, tenendo ben presente che: "il futuro non si prevede ma si programma".

Gli apprezzamenti ricevuti e il consenso riscosso hanno spinto Arianto ad approntare una seconda edizione del questionario di sensibility analysis che sarà presto disponibile sempre sul sito www.ivostriconsulenti.it

Buon marketing a tutti!

Questionari Arianto

Guarda i servizi Arianto

Effettuando il test sul livello di Marketing personalizzato ricevi anche per 3 mesi di accesso gratuito alla TV ARIANTO in cui potrai scoprire i contenuti speciali dedicati al marketing e management sanitari creati dal Prof. Antonio Pelliccia e tutti i consulenti che offrono la propria professionalità ad Arianto srl.

Analisi su misura



DENTAL MARKETING

*Sviluppare le competenze
per governare il cambiamento*

Le 3 giornate del Marketing

Perchè scegliere questo corso?

Per migliorare la gestione dello Studio aumentando il Controllo di Gestione, la Qualità Percepita ed il Valore Aggiunto, ottimizzando i costi, acquisendo nuovi pazienti ed aumentando il posizionamento strategico del successo professionale.

Particolare attenzione è stata dedicata alla ricerca di valore nel saper proporre le nuove soluzioni terapeutiche al tempo della Crisi.

Antonio Pelliccia



Consulente di Direzione per le Strategie di Impresa e per la Gestione Strategica delle Risorse Umane
Prof. a c. Università Cattolica del Sacro Cuore Roma - Policlinico Agostino Gemelli - Università Vita e Salute Ospedale S. Raffaele di Milano

Milano
28, 29 e 30
novembre 2014

**Clicca qui per maggiori
dettagli**



a cura della **Dr.ssa Silvia Stefanelli**
Avvocato
esperto in diritto sanitario

Autorizzazioni sanitarie: liberalizzate le aperture

DECRETO LEGGE del 24 giugno 2014, n. 90 - **Misure urgenti per la semplificazione e la trasparenza amministrativa e per l'efficienza degli uffici giudiziari**

Piena liberalizzazione per l'apertura di nuovi studi e/o strutture odontoiatriche.

Con un colpo di spugna il DL 90/2014 – Trasparenza della PA ha spazzato via definitivamente la preventiva “verifica del fabbisogno regionale”.

Come noto, infatti, l'art. 8-ter comma 3 del D. Lgs 502/'92 (come modificato) stabiliva che:

Per la realizzazione di strutture sanitarie e socio-sanitarie il comune acquisisce, nell'esercizio delle proprie competenze in materia

di autorizzazioni e concessioni di cui all'art. 4 del decreto-legge 5 ottobre 1993, n. 398, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 dicembre 1993, n. 493 e successive modificazioni, la verifica di compatibilità del progetto da parte della regione. Tale verifica è effettuata in rapporto al fabbisogno complessivo e alla localizzazione territoriale delle strutture presenti in ambito regionale, anche al fine di meglio garantire l'accessibilità ai servizi e valorizzare le aree di insediamento prioritario di nuove strutture.

L'art. 27 comma 2 del DL 90/2014 sulla semplificazione della PA statuisce:

All'articolo 8-ter, del decreto legislativo 30 dicembre 1992, n. 502, e successive modificazioni, il comma 3 è abrogato.

Quindi oggi per l'apertura di una nuova

struttura odontoiatrica si dovranno rispettare solo i requisiti igienico-sanitari previsti dalla regione: nessuna limitazione di natura discrezionale potrà essere opposta dalla pubblica amministrazione in ragione del fatto che non sussiste un “fabbisogno” di quel tipo di struttura su quel territorio.

Spazio quindi alle nuove aperture e, quindi, alla concorrenza. La posizione assunta oggi dal Governo Renzi raccoglie peraltro importanti precedenti giurisprudenziali che avevano già aperto la strada a tale possibilità.

Sul tema infatti erano già intervenuti il Consiglio di Stato n. 4788/2013 (caso relativo alla regione Sardegna) ed il Consiglio di Stato 550/2013 (caso relativo alla regione Lazio) nonché la segnalazione AGCM AS 852 del 18 luglio 2011 nella quale si segnalava come *“la pedissequa applicazione delle norme sembra aver provocato una situazione di paralisi, con la conseguenza di consolidare l'offerta nelle mani degli operatori già esistenti.”*





Associazione Nazionale Dentisti Italiani



NON BASTA IL CAMICE PER FARE UN DENTISTA

NON SCOPRIRLO A DISCAPITO DELLA TUA SALUTE



**CAMPAGNA
PER LA DIFESA
DELLA SALUTE
CONTRO
L'ABUSIVISMO
IN ODONTOIATRIA**

La campagna contro l'abusivismo odontoiatrico muove dall'urgenza di contenere un fenomeno che, innanzitutto, rappresenta una minaccia per la salute di coloro che si rivolgono a quanti esercitano la Professione senza averne titoli e competenze. La campagna viene promossa, dalla nostra Associazione e dalla sua Fondazione, nello spirito e nelle modalità ormai consuete: attraverso il coinvolgimento volontario dei Soci e dei Dirigenti e grazie alla ricerca, a titolo gratuito, di spazi sui media locali e nazionali.

Se sei un dentista e vuoi partecipare alla campagna contro l'abusivismo promossa da ANDI e Fondazione ANDI Onlus, scrivi a ufficiocomunicazione@andinazionale.it: potrai ricevere il materiale della campagna in formato elettronico.



a cura di **Matteo Vasti**
Esperto informatico

GOOGLE CAR: l'auto del futuro

Un progetto partito nel 2009, un'infinità nel mondo della tecnologia. Se finora si era limitato a dotare di sensori diverse Toyota e Lexus, oggi Google, il colosso di Mountain View, si spinge oltre, fino a disegnare l'aspetto e le caratteristiche dell'auto del futuro.

L'obiettivo a lungo termine è ambizioso: costruire automobili in cui sia sufficiente **selezionare una destinazione** e godersi il viaggio mentre la vettura "guida" autonomamente, come un taxi, ma senza autista.

Un progetto di questa portata apre nuovi scenari in termini di mobilità, perché si rivolge anche alle persone senza patente, agli **anziani** e ai **non vedenti**, oltre a superare i rischi legati alla guida in caso di stanchezza o ubriachezza.

I primi prototipi della Google Car hanno una linea molto semplice, come se fossero le macchine dei cartoni, ma attualmente il design passa in secondo piano, poiché si tratta di veicoli test che hanno il compito di verificare la tecnologia su strada e di raccogliere il maggior numero di informazioni possibili.

La dotazione è essenziale: due sedili con cinture di sicurezza, spazio per i bagagli, un bottone d'accensione, uno per fermare l'auto e uno schermo che mostra il percorso.

Non c'è altro, a parte i **sensori esterni**, i quali secondo Google saranno in grado di monitorare lo spazio intorno all'auto, senza angoli ciechi, e di individuare ostacoli oltre i 200 metri, secondo quanto afferma Google. Per questioni di sicurezza, sulle auto sperimentali la velocità sarà limitata inizialmente a 40 km/h.

Per chi pensa che si tratti di pura fantascienza, Google ha affermato che sta producendo circa un centinaio di prototipi: "A partire dalla fine dell'estate, i nostri piloti inizieranno a testare alcuni esemplari dotati di controlli manuali. Se tutto andrà bene, vorremmo sviluppare un piccolo progetto pilota qui in California nel giro di un paio d'anni. Impareremo molto da quest'esperienza,

e se la tecnologia si svilupperà come speriamo, lavoreremo con alcuni partner per portarla nel mondo reale".

Chris Urmson, direttore del programma, dichiara: "Immaginate un mondo in cui potete salire in macchina, per andare dove volete senza guidare e una volta arrivati scendere senza preoccuparvi del parcheggio. La principale ragione per cui abbiamo deciso di costruire questo prototipo è che possiamo fare meglio di quanto non facciano le auto esistenti. Questo progetto può cambiare la vita per coloro che oggi non sono serviti bene dai trasporti."

Google sta iniziando a risolvere alcuni dei problemi tecnici dei veicoli con pilota automatico, ma non ha ancora affrontato quelli legali e di regolamentazione, compresi i nodi assicurativi e di responsabilità giuridica.

Un'ulteriore incognita, non di poco conto, è quello che le vetture non riconoscono, per ora, i segnali stradali.

C'è da scommettere che su questo progetto le case automobilistiche non tarderanno a farsi avanti. ■



Realizzazione del primo studio: quali le incognite da affrontare?



a cura del **Dr. Stefano Agnello**
Architetto

Un approccio professionale diverso rispetto al solito mi capita proprio nel momento in cui il professionista mi chiede di realizzare il suo primo studio odontoiatrico.

Innanzitutto mi sento sempre molto onorato per la fiducia accordatami, in quanto la scelta dell'architetto è sempre fatta con molta attenzione, dopo accurate ricerche sul web, e non solo.

Nella maggior parte dei casi si tratta di un odontoiatra giovane, che arriva da un lavoro come collaboratore esterno e che dopo lunghe meditazioni decide di fare il grande passo, a dispetto della non proprio incoraggiante contingenza economica.

All'entusias-

simo legato alla nuova sfida è necessario che l'architetto sappia rispondere con consigli e suggerimenti che rispondano a criteri di concretezza e funzionalità.

Ecco le variabili del progetto che ci si ritrova a dover affrontare:

- l'ambiente sarà contenuto, un riunito più predisposizione del secondo;
- grande attenzione alle innovazioni tecnologiche d'ogni genere;
- l'ambiente di lavoro sarà iper-

studiato, il dentista ha le idee chiarissime su cosa vuole;

- molta attenzione ai particolari ed agli arredi, appunto perché si tratta del primo studio;
- il budget è contenuto.

Come sempre attenzione e priorità massime saranno date all'utilizzo adeguato dello spazio: in questo specifico aspetto si vedrà la bravura del professionista, il quale dovrà avere una visione lungimirante e avere la capacità di prevedere successivi sviluppi dell'attività, i quali possono portare a diversi utilizzi degli spazi.

La bravura sarà anche quella di saper giocare sull'architettura piuttosto che sui materiali, per ottenere un bell'effetto scenico senza far lievitare i costi...



Web Tv Arianto

webtv.arianto.it



Home Accedi Registrati Pagina Personale

Click to play video ▶

Prof. Antonio Pelliccia

gratuito di Sensibility Analysis

Consulenze Arianto

Rivista gratuita di Management Sanitario

L'eccellenza
crea il segno

Corsi Odontoiatria Arianto

Corsi ECM del mondo Odontoiatrico

Dental Management School

MARKETING E MANAGEMENT	FISCO	NEUROSCIENZE
WEB MARKETING E NEWSLETTER	ARCHITETTURA	DIRITTO

Relatori | Faq | Forum | Tutoring | Privacy | Termini e condizioni d'uso | f

Powered by Bliss srl

Il portale della formazione Arianto dedicato alla sanità

Un portale moderno, aggiornato, con nuovi contenuti aggiornati periodicamente! Puoi registrarti e vedere i video gratuiti che periodicamente saranno realizzati dal Team Arianto.

Tutto questo in modo facile, veloce, trasparente e gratuito!



Arianto^{S.R.L.}
EDIZIONI MEDICHE
Marketing e Management
in Odontoiatria

**L'ECCELLENZA
CHE LASCIA
IL SEGNO**

IL SUCCESSO PER SEMPRE

www.arianto.it