



Journées dentaires
internationales
du Québec

mai May

27
2013

today

Art du 'WOW' avec vos patients

Conseils pratiques de Jasmin Bergeron sur la rétention des patients.

How to 'WOW' your patients

Jasmin Bergeron's practical advice on retaining patients.

»page 4



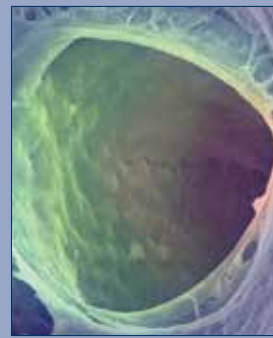
Considérer la dentisterie au Laser?

Ce système offre un laser à impulsions numériques Nd:YAG et Er:YAG.

Considering laser dentistry?

This system offers Nd:YAG and Er:YAG digital pulsed lasers.

»page 12



En route vers le hall d'exposition

Ne vous aventurez pas dans le hall d'exposition sans consulter au préalable notre guide.

On to the exhibits

Don't go into the exhibit hall without checking our guide.

»pages 18, 19



• Le Vieux-Port de Montréal ainsi que le centre-ville offrent d'innombrables occasions de découvertes après les heures de congrès. (Photo/par Philippe Renault, gracieuseté MTTQ) • Old Port of Montréal and downtown provide endless opportunity for after-hours exploration. (Photo/By Philippe Renault, provided by MTTQ)

Montréal haut en couleur Colourful Montréal

JDIQ: Un avenir brillant avec l'éducation continue

JDIQ: Brighter future with advanced education

■ Avec plus de 12 000 délégués de par le monde, réunis à Montréal pour ces cinq jours de mai, le congrès annuel de l'Ordre des Dentistes du Québec continue à être le principal congrès dentaire au Canada. Le programme scientifique incluant plus de 100 conférences et ateliers pratiques en anglais et en français confère au congrès son statut d'un des congrès bilingues le plus achalandé au monde.

*l'éducation, page 4

■ With an expectation of hosting more than 12,000 delegates from around the world during these five days in May, the annual meeting of the Ordre des dentistes du Québec continues to be Canada's largest dental meeting. With a scientific program with more than 100 lectures and workshops in English and French, JDIQ maintains its status among the world's most highly attended bilingual conventions.

*education, page 4



• Les murs de verre du Palais des Congrès de Montréal donnent un arrière-plan haut en couleur pour les journées dentaires internationales du Québec (JDIQ). (Photo/par Stéphan Poulin, gracieuseté de Tourisme Montréal). (Photo/By Stéphan Poulin, gracieuseté de Tourisme Montréal). • The glass walls of the Montréal Convention Centre provide a colourful backdrop to the journées dentaires internationales du Québec (JDIQ). (Photo/By Stéphan Poulin, provided by Tourisme Montréal)

FASTER, EASIER, GENTLER...

NEW!

BeutiSealant

Fluoride Releasing Pit & Fissure Sealant System

**Say Good-Bye to
Acid Etch-and-Rinse
Steps Forever!**

- No phosphoric etch-and-rinse required
- Superior bond strength in just 30 seconds
- Radiopaque/cariostatic filler material
- Smooth, bubble-free delivery

**Visit Us
Booth #1025**

Visit www.shofu.com or call 800.827.4638



Scan here for more information on Giomer Technology & watch the Acid Neutralization video.

Shofu Dental Corporation • San Marcos, CA

La formation *“from page 1*

Plus de 225 exposants étalent les derniers développements de la technologie et des services dentaires aujourd’hui et demain, les 27 et 28 mai, dans 500 kiosques à l’intérieur du hall d’exposition. Du nouveau cette année, un petit déjeuner continental sera servi de 8:00 à 8:30, ainsi qu’un vins et fromages à la fermeture, et ce, pour les deux jours.

Voici quelques-uns des conférenciers invités pour cette 43^e édition : Drs Dan Nathanson, Gerard Kugel, David Clark, Gérard Chiche, Mark Piper, George Freedman, Paresh Shah et Rhonda Savage.

Nouveautés à surveiller

En plus d’offrir une gamme des meilleurs conférenciers de l’industrie, les

organisateurs des JDIQ 2013 ont mis de l’avant de nouveaux éléments au congrès. Parmi ceux-ci :

- Rassemblant dans un seul endroit les derniers avancés disponibles à la pratique de la dentisterie aujourd’hui, le hall d’exposition est plus grand que jamais cette année. Vous pouvez obtenir des unités d’éducation continue en visitant le hall d’exposition qui est ouvert aujourd’hui (lundi) de 8 :00 à 18 :00, et de 8 :00 à 17 :00 demain (mardi).

- Les JDIQ sont toujours aussi “vertes” en ajoutant les codes QR sur les affiches à l’entrée de chacune des conférences. Vous pouvez ainsi télécharger tous les détails de la conférence ainsi que des notes de cours disponibles. Pour faciliter le téléchargement de cette information à votre cellulaire ou à votre tablette,

en primeur cette année, l’accès Wi-Fi est disponible gratuitement au Palais des Congrès. Vous pouvez obtenir le code de l’appli gratuit directement de votre fournisseur d’internet mobile.

Les organisateurs de l’événement prévoient un achalandage exceptionnel cette année. D’ici la fin du congrès, nos attentes sont que nous aurons surpassé les chiffres de 2012 qui totalisaient : 12 206 participants, dont 3 566 dentistes, 2 095 hygiénistes dentaires, 31 auxiliaires dentaires; 1 026 assistantes dentaires; 61 techniciens dentaires; 837 membres administratifs, 82 conjoints (es), 182 invités et visiteurs, 2 430 étudiants et 1 896 exposants.

La balance des autres participants s’identifie aux différents termes utilisés ci-haut.



• La 43^e édition des JDIQ fournit un large éventail d’offres riches en enseignement. (Photo/Robert Selleck, DTI)
• This 43rd edition of the JDIQ serves up a broad selection of educational offerings. (Photo/Robert Selleck, DTI)

Education *“from page 1*

More than 225 exhibitors will span 500 booths in the exhibit hall today and tomorrow, May 27 and 28. New this year, the exhibit hall features a continental breakfast from 8-8:30 a.m. on both days – and a wine-and-cheese reception to close out both days.

Featured speakers for this 43rd edition of the event include Drs. Dan Nathanson, Gerard Kugel, David Clark, Gérard Chiche, Mark Piper, George Freedman, Paresh Shah and Rhonda Savage, to name just a few.

New things to watch for

In addition to lining up some of the industry’s top presenters, organizers of the 2013 JDIQ have incorporated a number of new features in the event. Among them:

- *The exhibitor’s area is larger than ever this year, bringing together in one place the latest advances for today’s dental practice. You can earn dental continuing education units by visiting the exhibit hall, which is open from 8 a.m. to 6 p.m. today (Monday) and from 8 a.m. to 5 p.m. tomorrow (Tuesday).*

- *The JDIQ has continued its “green” practice of adding QR codes to the posters at the entrance to each room. You can use these codes to download full details on the lectures and all available course notes. New this year, to make it easier for you to download this information on your cellphones or tablets: free Wi-Fi access is available at the Palais des congrès. All you have to do is download a code-reading app. You can get the free app from your mobile Internet service provider.*

Event organizers are expecting a strong turnout this year, with expectations that it surpasses 2012 attendance, which totalled 12,206. Among them were: 3,566 dentists; 2,095 dental hygienists; 1,026 dental assistants; 837 administrative staff; 61 dental technicians; 31 dental auxiliaries; 2,430 students; 82 spouses; 182 guests and visitors; and 1,896 exhibitors.

The remaining balance of attendees identified themselves by referencing variations of some of the titles above.

**LE PLUS IMPORTANT
CONGRÈS DENTAIRE
AU CANADA**

**Palais des congrès de Montréal
MONTRÉAL CANADA
23 au 27 mai 2014**

POUR INFORMATION
www.odq.qc.ca

CONGRÈS ANNUEL

DE L'ORDRE DES DENTISTES DU QUÉBEC

**Journées dentaires
internationales
du Québec**

AD

Le secret du WOW : Donnez beaucoup plus que ce que vous promettez *The secret to Wow: Deliver far more than you promise*

Jasmin Bergeron donne des conseils sur la façon de s'assurer que les patients restent avec vous

■ Suite à une bonne réception de l'audience pendant deux ans, Jasmin Bergeron, MBA, PhD, est de retour pour la troisième année consécutive comme conférencier aux Journées Dentaires Internationales du Québec. Le sujet de demain (mardi) de 09 :30 à 11 :00 (en anglais) et de 13 :30 à 16 :00 (en français), est « l'effet WOW avec les patients. »

Le Dr Bergeron présente les grandes lignes utiles et faciles à reproduire qui peuvent aider à vous distinguer et rendre mémorable pour vos patients une visite dans votre pratique, afin que vous demeuriez le clinicien de leur choix. Monsieur Bergeron puise dans des exemples réels de pratiques dentaires et d'autres services de santé qui ont grandement réussi.

Monsieur Bergeron nous a donné quelques détails supplémentaires à propos de sa présentation, suite à une série de questions du Dental Tribune Canada avant la conférence.

Qu'est-ce que l'effet WOW peut faire pour un cabinet dentaire?

Vivre un WOW, c'est inoubliable. Quand un patient s'exclame WOW pendant une visite à sa clinique dentaire, il s'en rappelle longtemps! D'ailleurs, plusieurs études ont montré qu'un effet WOW augmente significativement la fidélité des patients, leurs intentions de recom-

Ici aux JDIQ

Jasmin Bergeron présente « L'effet WOW avec les patients » en anglais de 9 h à 11 h 30 à la salle 518A et en français de 13 h 30 à 16 h à la salle 517D.

Here at the JDIQ

Jasmin Bergeron presents "The WOW Effect with Patients" in English from 9-11:30 a.m. in room 518A and in French from 1:30 to 4 p.m. in room 517D.

mander la clinique à leurs proches, la satisfaction des employés, ainsi que les ventes de la clinique!

Is this session just for dentists — or can any staff member benefit?

Le fait d'épater ses clients constitue l'élément qui peut distinguer le plus votre organisation! Dans un monde où tous les services dentaires se ressemblent et où tous les prix sont relativement semblables, il ne reste que le côté humain pour se différencier.

Par contre, toutes les personnes sont uniques, ce qui constitue un défi pour élaborer des relations de qualité. C'est dans cette perspective que la conférence « L'effet WOW » a été développée. L'objectif est de parfaire vos habiletés relationnelles et d'augmenter la satisfaction des gens qui sont importants pour vous! Ainsi, tous les employés d'une clinique peuvent y assister et en retirer des stratégies pratiques et avantageuses pour eux!



• Jasmin Bergeron est de retour aux JDIQ pour la troisième année de suite. (Photo/Gracieuseté de Jasmin Bergeron) • Jasmin Bergeron is back at JDIQ his third consecutive year. (Photo/Provided by Jasmin Bergeron)

Est-ce que le défi de créer un effet WOW chez le patient dentaire est plus grand que ceux d'autres entreprises qui veulent impressionner leurs clients?

Voici un des éléments que nous abordons pendant la conférence. Une des meilleures façons de provoquer un WOW chez les patients est de diminuer (raisonnablement) leurs attentes afin de les impressionner plus facilement! Un des résultats marquants de nos recherches indique que la propension à exprimer

» WOW, page 6

Jasmin Bergeron shares tips on how to ensure patients stay with you

■ Back for his third consecutive year speaking at the Journées dentaires internationales du Québec is Jasmin Bergeron, MBA, PhD, after being well received by audiences here the previous two years. His topic tomorrow (Tuesday) from 9 to 11:30 a.m. (in English) and from 1:30 to 4 p.m. (in French), is "The WOW Effect with Patients."

Bergeron draws on real example from highly successful dental practices and other health-care providers to outline practical, duplicable steps that can help make you and your practice distinctive and memorable to your patients — so you will remain their practitioner and practice of choice.

Bergeron offered a few more details about his presentation through a series of questions from Dental Tribune Canada prior to the conference.

What can the WOW effect accomplish?

To live a WOW is an unforgettable experi-

ence. When patients have WOW experiences during a dental visit, they remember it for a long time. Incidentally, many studies show that a WOW effect significantly increases patient loyalty, employee satisfaction, the likelihood of a patient recommending your clinic to close relations — as well as an increase in sales.

Is this session just for dentists — or can any staff member benefit?

The ability to make an impression on your client is the main thing you can control to distinguish your practice from others. In a world where services resemble each other and prices are relatively similar, the human experience is what differentiates you from others.

However because each individual is unique, it is a challenge to establish a quality relationship. It is with that focus that the "WOW effect" concept was developed. Its objectives are to improve your inter-

personal skills and increase the satisfaction level of the people who are important to you. This means all of the clinic's employees can participate in the strategy needed to create a WOW effect.

Is creating a WOW effect with dental patients a bigger challenge than it might be with clients of other businesses?

This is one of the topics that we cover during the conference. One of the best ways to achieve a WOW experience with a patient is to (reasonably) lower expectations so patients are easily impressed. One striking result revealed by our research indicates that the likelihood of a patient experiencing a WOW effect depends primarily on one thing: the patient's expectations.

Let's take a simple example. Have you ever told a patient, "We will call you before noon"? If you call that patient at noon, it

» WOW, page 6

today About the Publisher

Publisher & Chairman
Torsten Oemus
t.oemus@dental-tribune.com

Chief Operating Officer
Eric Seid
e.seid@dental-tribune.com

Group Editor
Robin Goodman
r.goodman@dental-tribune.com

Editor in Chief, Dental Tribune Canada
Dr. Sebastian Saba
feedback@dental-tribune.com

Managing Editor
Dental Tribune Canada
Robert Selleck
r.selleck@dental-tribune.com

Managing Editor, U.S. Show Dailies
Kristine Colker
k.colker@dental-tribune.com

Managing Editor
Sierra Rendon
s.rendon@dental-tribune.com

Managing Editor
Fred Michmershuizen
f.michmershuizen@dental-tribune.com

Product and Account Manager
Dental Tribune Canada
Will Kenyon
w.kenyon@dental-tribune.com

Product and Account Manager
Humberto Estrada
h.estrada@dental-tribune.com

Product and Account Manager
Mara Zimmerman
m.zimmerman@dental-tribune.com

Product and Account Manager
Charles Serra
c.serra@dental-tribune.com

Marketing Director
Anna Wlodarczyk
a.wlodarczyk@dental-tribune.com

Education Director
Christiane Ferret
c.ferret@dtstudyclub.com

Translations
Sébastien Tardif
Lise Deslauriers

Published by Tribune America
© 2013 Tribune America LLC

dti | Dental Tribune International

(212) 244-7181
info@dental-tribune.com
www.dental-tribune.com
All rights reserved.

today JDIQ appears during the Les Journées dentaires internationales du Québec in Montreal, Quebec, Canada, on May 27 and May 28, 2013.

Tribune America makes every effort to report clinical information and manufacturers' product news accurately, but cannot assume responsibility for the validity of product claims, or for typographical errors. The publishers also do not assume responsibility for product names or claims, or statements made by advertisers. Opinions expressed by authors are their own and may not reflect those of Tribune America or Tribune Group International.

Retrouvez-nous
sur le stand
n° 1721-1723

ACTEON

ACTIVATE
INNOVATION

PARTICIPEZ À L'ATELIER
«Partir du bon pied en parodontie»
Dimanche 26 mai
Dr Robert Durand et Dr René Voyer

P5 XS
NEWTRON
LED

L'alliance de la finesse
et de la précision
pour des interventions
sans douleur.



H3

H4L

H4R



Kit DÉTARTRAGE



Kit PERIO-PRÉCISION

Conçus pour le débridement parodontal, et le nettoyage des zones très étroites.
Ces inserts sont les plus fins du marché, pour un travail précis et sans gêne pour le patient.

We  to create

L'affichage numérique dans les cliniques dentaires est en pleine expansion *Digital information signage in dental offices is a rapidly growing trend*

InfoSign Média dessert plus de 500 cliniques à travers le Canada

■ Établie à Montréal, InfoSign Média (kiosques 311/410) est une entreprise canadienne innovatrice ayant développé et commercialisé une gamme de solutions de communication visuelle pour dentistes, orthodontistes et denturologistes, sous forme de sites Web & de solutions éducatives pour salles d'attente et salles de traitement.

La notoriété d'InfoSign Média repose principalement sur sa solution ServDentist TV, laquelle sert à la diffusion de vidéos éducatives spécialement conçues pour la salle d'attente.

InfoSign a créé plus de 140 clips animés pour éduquer les patients sur les traitements et procédures dentaires et pour les divertir. Le choix des clips est déterminé selon les besoins spécifiques de chaque clinique dentaire.

Notre sélection regroupe des vidéos portant sur la dentisterie générale et esthétique, la chirurgie, les mesures

Ici aux JDIQ

Pour en connaître plus à propos de InfoSign Media, visitez les kiosques #311/410.

Here at the JDIQ

To learn more about InfoSign Media, visit booth Nos. 311/410.

préventives, la prosthodontie, l'orthodontie et des clips de divertissement. Les professionnels dentaires peuvent également personnaliser le contenu avec des images, des photos du personnel/avant-après, des messages pour les patients, le logo et des fils de nouvelles RSS. Les vidéos peuvent être diffusées dans les salles d'attente et de traitement.

Les professionnels dentaires ont remarqué que l'information contenue

dans ces vidéos permet d'expliquer les traitements et procédures de manière plus efficace. Un patient mieux informé devient plus confiant donc plus enclin à adhérer à un traitement.

Lors des JDIQ 2013, nous vous présenterons des nouveautés très intéressantes concernant le ServDentistTV (salle d'attente). Vous pourrez dorénavant actualiser les vidéos de divertissement automatiquement à partir de l'interface de gestion Web de manière à diversifier régulièrement votre présentation.

À ce jour, plus de 500 dentistes à travers le Canada profitent des bénéfices que procure le ServDentist TV. Cette solution éprouvée démontre une meilleure compréhension de la patientèle en regard des traitements offerts en clinique et, par conséquent, a une incidence positive sur l'augmentation du ratio Revenu Annuel par Patient.

InfoSign a ajouté une corde à son arc avec sa version ServDentist Cloud pour salles de traitement. La solution Solo Cloud est accessible à toutes cliniques dentaires ayant une connexion Internet. Elle permet le visionnement instantané des vidéos éducatives via MAC, PC ou tablettes (iPad, iPad mini - Android). Les vidéos éducatives peuvent également être acheminées aux patients par le biais de courriel à titre de référence visuelle.

Nous vous présenterons aussi le nouveau système de sondage anonyme que nous avons récemment instauré en vue d'évaluer la satisfaction de votre patientèle quant à leur dernière visite à votre clinique.

Nos solutions permettent d'optimiser la communication avec les patients et augmentent leur 'QI dentaire'.

Contact au: (877) 547-1999 et en ligne à www.servdentist.ca.

InfoSign Media serves more than 500 practices in Canada

■ *The use of digital information signage in dental offices is a rapidly growing trend. Montreal-based InfoSign Media (booth Nos. 311-410 at the Journées dentaires internationales du Québec) is an innovative Canadian company that has developed and markets a range of visual communication solutions designed specifically for the waiting, OP rooms and websites of dentists, orthodontists and denturists.*

InfoSign's early success was built on the ServDentist TV product, a digital video system with video clips of various dental procedures designed to educate and inform dental patients.

InfoSign created some 140 animated video clips of various procedures; the selection includes video clips on general dentistry, esthetic dentistry, surgery, pre-

ventative measures, prosthodontics and orthodontic procedures as well as entertainment clips. Dentists can also personalize the video content with photographs, welcome messages, RSS news feeds, logos and staff/before-after photos. The videos can be shown to patients in the waiting/reception/OP areas.

Dentists have found that the animated video clips give a more effective and informative description of the procedure. A more informed patient is a more comfortable patient and one more likely to choose an additional procedure.

At the 2013 JDIQ, new further enhancements will be introduced with the ServDentistTV (waiting room). An automatic video clip change function, which automatically shuffles the entertainment video clips and keeps the pres-

entation fresh and current without any support required from staff within the dental office.

Today over 500 dentists in Canada are actively using ServDentist TV. The product has proven to benefit patients and increase revenue for dentists. Better-informed patients are more likely to ask more information for a procedure if they know its benefits.

InfoSign followed with a cloud version for treatment rooms of ServDentist. With the product Solo Cloud, any office connected to the Internet has immediate access to the video clips through PC, MAC and tablets (iPad, iPad mini - Android). The video clips of procedures can also be emailed to patients so they have a visual reference for the procedure.

The company will also introduce an

anonymous patient satisfaction survey feature, which will give the dentist further information about his last visit and statistics.

The benefits to digital information signage and video are numerous. The systems facilitate communication with patients and improve communication with staff and the dentist.

The systems also contribute to improved treatment plan acceptance and patient's 'dental IQ'. In addition, digital information signage and video systems demonstrate that a dental professional is abreast of modern technology and using it to benefit their patients and their practice.

Contact InfoSign Media by phone at (877) 547-1999 and on the Web at www.servdentist.com.

WOW *from page 4*

des WOW dépend d'abord et avant tout d'une chose : nos attentes!

Prenons un exemple très simple. Avez-vous déjà dit à un patient : « On vous rappelle d'ici midi »? Si vous contactez la personne à midi, elle risque d'être satisfaite, sans plus. Toutefois, si vous

aviez promis de la rappeler « avant la fin de la journée » et que vous la contactez à midi, elle risque d'être plus impressionnée. Dans les deux cas, vous appelez à midi, mais son degré de satisfaction est différent. Tout dépend des attentes qu'on a fixées.

Vous avez habituellement tout intérêt à promettre un peu moins et à offrir plus

que ce que vous avez promis. C'est vrai en affaires, en amitié et en amour (et à ce sujet, je vous laisse le loisir de trouver vos propres exemples...!). Ne dites pas que la piqûre ne fera pas mal à moins d'en être absolument certain. Éviter de dire au patient que « ce ne sera pas long » si vous savez que ça va prendre plus de 5 minutes. N'informez pas les enfants que

vous leur donnerez une surprise après le rendez-vous, surprenez-les en la donnant à la fin! Vous maximisez vos chances de les surprendre!

Les occasions sont illimitées. Tous les jours, vous pouvez trouver des moyens créatifs de promettre moins et d'offrir plus! Pour faire un WOW, promettez moins et donnez plus.

WOW *from page 4*

could be that the patient will be satisfied, nothing more. However, if you promise to call "before the end of the day" and then you contact the patient by noon, it could be that the patient will be far more

impressed. In both cases, you did call at noon but the patient's level of satisfaction is different. Our responses all depend on the expectations we have set.

It's usually better to promise a little less and to deliver more than you have initially promised. It is true in business, in friend-

ship and in love (and on that subject I will let you find your own examples!).

Don't say that the injection will not hurt, unless you are totally sure. Avoid telling the patient, "It won't be long," if you know it will take more than five minutes. Don't tell children that they will get a gift

after the treatment, surprise them by giving it at the end of the appointment. You maximize your chance of surprising them.

Opportunities are limitless. Every day you can find creative ways to promise less and offer more. To achieve a WOW experience, promise less and give more.

LightWalker® **THE NEXT GENERATION OF ALL-TISSUE LASERS**

DIGITAL CONTROL = POSSIBILITIES

Now, after nearly 50 years of research and ground-breaking innovation, Fotona lights up the competition with the LightWalker All-Tissue Laser. Digital micro-pulse control of dentistry's two best wavelengths Er:YAG and Nd:YAG, and a robust delivery system with virtually no power loss through the weightless articulated arm offers dentists endless possibilities.

LIGHTWALKER DOES EVERYTHING BETTER

- ▶ PIPS® Endo - 3D debridement of the entire canal system with near 100% disinfection
- ▶ The ONLY digitally pulsed dental laser ▶ WPT new attachment perio treatment
- ▶ More procedures ▶ Gold standard Nd:YAG perio laser ▶ Grow practice revenues - Huge R.O.I.
- ▶ Cuts enamel faster than a high speed handpiece ▶ Unparalleled safety features
- ▶ Best technical support ▶ Comprehensive expert training

DISCOVER PIPS®

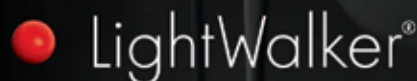
A clarified human tooth cleaned using PIPS



PIPS® is a revolutionary method for cleaning and debriding the root canal system with Photon Induced Photoacoustic Shock Waves within the cleaning and debriding solutions. The canals AND subcanals are left clean and the dentinal tubules are free of smear layer.

**WE INVITE COMPARISON.
SEPARATE SCIENCE FACT
FROM MARKETING HYPE.
REQUEST YOUR LIGHTWALKER
INFORMATION PACKAGE NOW
1.800.392.1171**

INFO@NATIONALDENTAL.COM | WWW.NATIONALDENTAL.COM



Un fabricant de pièces à main vise le leadership mondial *Handpiece maker sets its sights on global leadership*

80 pour cent des revenus de NSK générés à l'extérieur du Japon

Par Dental Tribune Asia Pacific

■ Ce n'est pas un secret que les crises financières successives n'ont pas été bonnes envers les compagnies au Japon. La récession a ralenti les investissements d'affaires de façon significative, ensuite le tsunami de 2011, accompagné d'une destruction massive, à presque obligé la troisième économie mondiale à s'arrêter.

Mais pour NSK, un des plus grands fabricants dentaires du pays, les problèmes du marché domestique ont eu peu d'impact, car l'entreprise fait des affaires ailleurs.

D'après le président et PDG Eiichi Nakanishi, avec qui le Dental Tribune a eu une interview dernièrement au siège social à Tochigi, plus de 80 pour cent des revenus de NSK sont générés à l'extérieur du Japon.

Fort en Europe, Amérique du Nord

Pendant les trois dernières années, NSK a particulièrement bien performé dans les marchés matures tels que l'Europe et l'Amérique du Nord, malgré les conditions défavorables comme une grande saturation du marché et le déclin de la valeur du yen.

Un autre contributeur important a été notre filiale NSK Europe située en Allemagne, qui à elle seule représente

80 percent of NSK revenue generated outside Japan

By Dental Tribune Asia Pacific

■ *It is no secret that the years after the global financial crisis were not kind to companies in Japan. The recession slowed business investments significantly, then the 2011 tsunami and the massive destruction it wrought almost brought the world's third largest economy to a halt.*

But for NSK, one of the country's largest dental manufacturers, troubles in the home market had minimal impact because the company conducts most of its business elsewhere.

According to President and CEO Eiichi Nakanishi, with whom Dental Tribune International recently spoke at NSK headquarters in Tochigi, more than 80 percent of the company's revenues are generated by operations outside of Japan.

Strong in Europe, North America

In the last three years, NSK has been performing particularly well in mature

Ici aux JDIQ

Pour plus d'informations, contactez NSK Dental au (800) 585-4675, envoyez un courriel à info@nskamericacorp.com, allez en ligne à www.nskamerica.com, ou visitez les kiosques de NSK, #2008-2010.

Here at the JDIQ

For more information, contact NSK Dental at (800) 585-4675, send an email to info@nskamericacorp.com, go online to www.nskamerica.com or stop by the NSK booths, Nos. 2008-2010.

presque le tiers des 22.2 milliards de yens (US\$278 million) de ventes que la compagnie a rapporté en 2011. C'est pour cette raison que les conditions économiques de notre marché domestique ont peu

ou pas d'impact sur notre performance globale. M. Nakanishi nous mentionne que la vision de l'entreprise est vraiment mondiale.

Depuis 2009, M. Nakanishi a vu son entreprise regagner des parts de marché en Asie suite à la centralisation de la distribution et à l'établissement du service après-vente par la nouvelle filiale de Singapour. D'après l'homme de 48 ans qui dirige la compagnie depuis l'an 2000, une des raisons majeures de la force de NSK dans le marché est son engagement à l'innovation et la qualité, combiné avec son service après-vente dans presque tous les pays sauf la Corée du Nord. Mais ceci n'a pas toujours été le cas.

Fondée en 1930, la compagnie a connu un début difficile et les opérations ont cessé durant la Deuxième Guerre mondiale. La production de pièces à main dentaires a recommencé en 1951 et la com-

pagne a grandi énormément et emploie aujourd'hui plus de 700 personnes à Tochigi et Tokyo.

D'après M. Nakanishi, la raison principale pourquoi les dentistes associent la compagnie à des produits de grande qualité, c'est parce que NSK fabrique la grande majorité de ses produits ainsi que les composantes de précision à l'interne. Il ajoute : « Nous engageons plusieurs bons ingénieurs ainsi que des gens de commercialisation qui nous aide à constamment améliorer notre marque pour la rendre encore plus attrayante aux dentistes. »

La compagnie se diversifie dans d'autres secteurs avec des instruments comme les détartreurs ultrasoniques et polisseurs, mais le cœur de notre entreprise demeure les pièces à main dentaires et les petits moteurs. Quand on parle de pièces à main, nous avons produit plus d'innovations que nos concurrents. M. Nakanishi mentionne : « notre but est de devenir la compagnie no.1 au monde dans ce secteur. »



· NSK fabrique toujours la majorité des pièces de précision à l'interne. (Photo/Gracieuseté de NSK) · NSK still manufactures most of the precision parts in-house. (Photo/Provided by NSK)

markets such as Europe and North America, despite unfavourable conditions such as high market saturation and decline of the yen.

Another significant contributor has been NSK's European office in Germany, which accounted for almost one third of the 22.2 billion yen (US\$278 million) in sales the company reported in 2011. "That is why economic conditions in our home market have little or no impact on our overall business. We really think globally," Nakanishi said.

Since 2009, Nakanishi has seen his company regain market share in Asia through centralized distribution and after-the-sale support offered through its new subsidiary in Singapore. According to the 48-year-old, who has run the company since 2000, one of the major reasons for NSK's market strength is its

dedication to innovation and quality, combined with after-sales service it is able to provide in almost every country except North Korea. But this hasn't always been the case.

Founded in the 1930s, the company had a rough start, and operations were halted during World War II. Production of dental handpieces resumed in 1951; and the company has grown extensively, today employing more than 700 people in offices in Tochigi and Tokyo.

NSK produces the vast majority of its products' precision parts in-house, which, according to Nakanishi, is a main reason that dentists identify the company with high-quality products. "We employ many good engineers and marketing people who help us to constantly improve our brand and make it more attractive to dentists," he said.

A recent NSK innovation is the Ti-Max Z series, durable premium handpieces that are claimed to have the smallest heads and necks in the sector, as well as an exceptionally low noise level and virtually no vibration. The Surgic Pro surgical micromotor has also received much interest, particularly by dental implant surgeons. And the S-Max pico, developed to treat patients with smaller mouths, has become popular worldwide with pediatric dentists.

NSK has expanded with instruments such as ultrasonic scalers and polishers, but its core business remains dental handpieces and other small-motor equipment. "When it comes to handpieces, we have produced more innovations than our competitors," Nakanishi said. "Our goal is to become the No. 1 company worldwide in this segment."

Osez comparer les Innovations, le service et le rapport qualité prix

Dare to Compare on Innovation, Quality, Service and Value

Les prix de chez Implant Direct sont comparés selon le taux de change journalier
 Implant Direct's Canadian prices based upon actual daily exchange rate

Legacy™3

Emballage tout-en-un incluant implant, pilier final, transfert, pilier de guérison et visse de couverture
 All-In-1 Packaging includes implant, abutment, transfer, cover screw & healing collar
\$200 vs \$633¹ plus taux de change de 7.4% pour les implants Zimmer
 plus a 7.4% exchange premium from Zimmer Dental

✓ **Comparaison** **Reality Check**
Clients Zimmer **Zimmer Customers**
 Épargnez plus de \$433 avec le Legacy3
 Save over \$433 with Legacy3



SwishPlant™

Emballage tout-en-un incluant implant, pilier final, transfert, pilier de guérison et visse de couverture
 All-In-1 Packaging includes implant, straight abutment/transfer, cover screw & healing collar
\$200 vs \$737² plus taux de change de 7.2% chez Straumann®
 plus a 7.2% exchange premium from Straumann®

✓ **Comparaison** **Reality Check**
Clients Straumann **Straumann Customers**
 Épargnez plus de \$537 avec le SwishPlant
 Save over \$537 with SwishPlant



ReActive™

Emballage tout-en-un incluant implant, pilier final, transfert et visse de couverture
 All-in-1 Packaging includes implant, abutment, transfer & cover screw
\$200 vs \$718³ plus taux de change de 5.6% chez Nobel Biocare™
 plus a 5.6% exchange premium from Nobel Biocare™

✓ **Comparaison** **Reality Check**
Clients Nobel **Nobel Customers**
 Épargnez plus de \$518 avec le ReActive
 Save over \$518 with ReActive



De meilleurs options de plans de traitement pour édentés complets Simply Smarter Fully Edentulous Treatment

Implants standards avec piliers GPS ou implants GoDirect pour solutions simplifiées et une excellente tolérance aux implants non-parallèles.
 Combine 2-piece implants with angled GPS™ abutments and GoDirect® implants for a simplified procedure offering excellent tolerance for non-parallelism.



Regardez notre vidéo en graphique 3D "All-over-4"
 Watch "All-over-4" 3D Graphic Video



Piliers GPS et implants GoDirect
 GPS Overdenture Attachment System and GoDirect Implants

Systemes d'attaches GPS™

Les piliers droits ou angulés sont compatibles avec les piliers LOCATOR®. L'emballage tout-en-un inclut le boîtier, un nylon de rétention de 5lbs et le transfert. Les piliers droits accommodent une divergence jusqu'à 20°. Les piliers GPS angulés accommodent tous les types d'implants

GPS™ Overdenture Attachment System

Features straight & angled abutments that provide a retentive platform compatible with LOCATOR® attachments. All-in-1 Packaging includes anodized housing with 5lbs retentive nylon liner (nylon liners in 1.5, 3 & 5lbs) & transfer. Straight abutments accommodate up to 20° divergence while 15° & 30° angled abutments are suited for overdentures on angled implants.

Implants GoDirect®

Implant monobloc GoDirect de 3.0mm (apex standard à droite)
 Implant GoDirect Mini⁴ (apex pointu à gauche) avec plate-forme compatible GPS ou LOCATOR

GoDirect® Implants

1-piece 3.0mmD GoDirect (standard apex, right) and GoDirect Mini⁴ (pointed apex, left) with GPS and LOCATOR® compatible platform.

Journées dentaires

Visitez-nous au kiosque #2106

Comparez par vous-même

Offre d'introduction: Recevez trois implants GRATUITEMENT.⁵

Compare for yourself - visit us at booth #2106

Introductory Offer: Make the switch & receive three FREE implants.⁵

www.implantdirect.com | 888-649-6425

Les comparaisons de prix sont faites sur des listes de prix US en date de Janvier 2013. Toutes marques sont propriétés de leurs compagnies respectives. Le taux de change est basé sur les listes de prix du Canada avec le taux de change de Février 2013.

Satisfaction auprès d'anciens et d'actuels clients US Q211 Groupe Millennium Research Inc. Company

*Liste de prix US sur implant tapered Screw-Vent avec micro-filetages, pilier de guérison et pilier droit

**Liste de prix US sur implant SLActive tapered effect avec visse de couverture, transfert, pilier de guérison, pilier "solid abutment" et coiffe de confort

**Liste de prix US sur implant NobelActive avec visse de couverture, transfert et pilier

*biensôt disponible. Voir termes et conditions

LOCATOR® est une marque déposée de Zest Anchor company. Le GoDirect et GPS ne sont pas autorisés ou commandés par la compagnie Zest Anchor.

Price comparison based upon US list prices as of January 2013. All trademarks are property of their respective companies. Exchange premium comparison based upon Canadian list prices and exchange rates as of February 2013.

Satisfaction among Current and Former Users, by Company US Q211 Millennium Research Group A Decision Research, Inc. Company

*US list price for Tapered Screw-Vent with micro grooves, healing collar & straight abutment

**US list price for SLActive Tapered Effect implant, closure screw, healing abutment, solid abutment, transfer and comfort cap

**US list price for NobelActive with cover screw, impression coping & abutment

*Coming soon. Terms and conditions apply. LOCATOR® is a registered trademark of Zest Anchor's Company. The GoDirect® and GPS Systems are neither authorized, endorsed, nor sponsored by Zest Anchor's Company.