

today

Expodental Meeting • Rimini • 18-20 Maggio 2023



notizie dal mondo

L'industria dentale ha silenziosamente portato a termine un 2022 di incertezze, con diminuzioni delle vendite in Cina e in Russia.

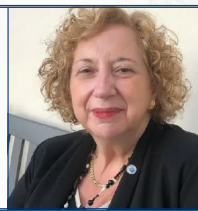
» **Pagina 4**



trends

Il mercato globale degli allineatori trasparenti continua a crescere rapidamente superando quello degli apparecchi fissi.

» **Pagina 7**



l'intervista

La professione al Sud, tra difficoltà e progetti avveniristici: intervista alla Presidente del Coi Aioi Nazionale, Maria Grazia Cannarozzo.

» **Pagina 18**

AD

J DENTAL CARE
just smile

Stand A1 001

Maxilla-For-All®

Scopri il nuovo trattamento per il mascellare atrofico

Impianti Pterigoidei, Nasali e Zigomatici



tueor SERVIZI
marketing & comunicazione

I workshop all'Expodental 2023

GIOVEDÌ 18 MAGGIO H 14.00 - 15.30
SALA GOLGI - PADIGLIONE C1

Gestione del percorso chirurgico implantare nei pazienti con malattie sistemiche

SABATO 20 MAGGIO H 10.30 - 12.00
SALA GOLGI - PADIGLIONE C1

Progetta, organizza e sviluppa il tuo business: gli step per un modello di studio odontoiatrico vincente

PIDON

I LASER A DIODI INTELLIGENTI, PER UN'AMPIA GAMMA DI APPLICAZIONI.

MC4 INNOVATIVE MEDICAL SOLUTIONS

TI ASPETTIAMO AD EXPODENTAL STAND 70 | PAD. C1

EMMECI 4 S.r.l. www.emmeciquattro.com



Expodental Meeting 2023: appuntamento a Rimini!

UNIDI

Expodental Meeting apre le porte agli oltre 20.000 visitatori attesi con più di 300 aziende presenti, 56.000 mq totali dedicati a esposizione e corsi, 6 padiglioni.

Tutto è pronto, quindi, per l'evento italiano del dentale, un appuntamento imprescindibile per operatori e professionisti che si danno appuntamento a Rimini per confrontarsi.

Pagina 2

Emissioni zero in odontoiatria: obiettivo raggiungibile o greenwashing?

Jeremy Booth

LIPSIA, Germania: "Net zero" è diventata una delle parole d'ordine della crisi climatica, e gli esperti considerano la strategia di riduzione delle emissioni l'attuale gold standard per le attività commerciali sostenibili. I produttori dentali hanno promesso impegni per portare a 0 le emissioni,

e c'è una spinta per decarbonizzare i servizi di cura orale e le singole cliniche. Un impegno "Net zero" rappresenta una propaganda, o si aggiunge agli obiettivi delle aziende odontoiatriche e dei professionisti dentali?

Pagina 16

neoss

NeoScan 1000, *l'unico scanner di cui hai bisogno*

NeoScan™ 1000

VOUCHER €2.000

solo 30 NeoScan 1000 disponibili con questa promo!

Scannerizza il QR code per ottenere il tuo voucher per l'acquisto del NeoScan 1000 oppure ritirallo allo **Stand Neoss #194**

€11.900

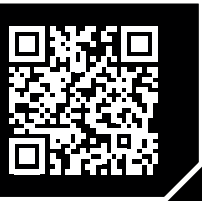
neoss.com

Intelligent Simplicity





Diamondexperts
since 1996



RIMINI
Pad. C1, Stand n° 93

LazyBur

Modellazione oclusale di restauri in composito nella regione posteriore

- Nessuna tensione nel polso o allargamento della guancia
- Manipolazione ergonomica
- Tenuta, aspirazione e finitura semplificate
- Lavoro più veloce e più efficiente



NTI-Kahla GmbH
Rotary Dental Instruments
Im Camisch 3
D-07768 Kahla/Germany

Tel. +49-36424-573-0
Fax +49-36424-573-29
E-mail: export3@nti.de
www.nti.de

Cerchiamo
Agenti / Distributori

AD

attualità



Expodental Meeting 2023: appuntamento a Rimini!

Pagina 1

Novità assoluta di questa edizione lo speed date, un servizio organizzato per offrire a aziende e professionisti la possibilità di trovare e offrire lavoro ad Expodental Meeting tramite il confronto con un team dedicato.

Il programma scientifico 2023 è caratterizzato, come sempre, dalla collaborazione con tutte le associazioni di riferimento e con le Università e prevede corsi di conservativa, chirurgia orale/piezochirurgia, endodonzia, estetica dentale, gnatologia, implantologia, laser, medicina, odontoiatria sostenibile, parodontologia, patologia orale, pazienti fragili, odontoiatria digitale, sindacale. Il programma si arricchisce anche di corsi per igienisti e ASO, degli appuntamenti degli Amici di Brugg, e di un ricco programma di marketing e management per l'odontoiatra moderno. Programma ancora una volta testimone della grande attenzione della manifestazione verso tutti i suoi visitatori.

Protagonisti indiscussi 2023 sono Expo3D con il Digital Dental Theatre e Tecnodental Forum, l'evento dedicato agli odontotecnici.

Expo3D, nel padiglione C2, è l'evento completo sull'odontoiatria digitale. Il programma scientifico di Expo3D propone tre tipi di eventi che si susseguono durante le tre giornate di Expodental Meeting. Workshop sui trattamenti di eccellenza in restaurativa, implantologia, ortodonzia; live demonstration con odontoiatri e odontotecnici insieme dal vivo sul palco, per illustrare casi clinici con l'utilizzo di software e device (scanner, stampanti, fresatori); Digital Economy Space, novità assoluta 2023: incontri dedicati agli apporti positivi

che la digitalizzazione offre a organizzazione, management e comunicazione nello studio odontoiatrico.

Tecnodental Forum è la manifestazione congressuale che si svolgerà nell'arco dei tre giorni totalmente dedicata ai professionisti dell'odontotecnica italiana e ai loro collaboratori.

L'organizzazione di TECNODENTAL FORUM è di UNIDI con la direzione del Maestro Odontotecnico Oliviero Turillazzi, già presidente della associazione culturale SICED - Società Italiana Ceramica Dentale, il quale per questa occasione ha potuto contare sulla collaborazione di tutte le associazioni di categoria del settore odontotecnico.

Il Congresso avrà dunque il sostegno di ANTILO-CONFCOMMERCIO che sarà presente a Rimini con il suo presidente Mdt Mauro Marin, SNO - CNA presente con il presidente Mdt. Francesco Amerighi, FEDERODONTOTECNICA presieduta dal Mdt. Vito Lombardi e CONFARTIGIANTO IMPRESE ODONTOTECNICI con il presidente Mdt. Ivan Pintus.

Obiettivo 2023 di Expodental Meeting è, ancora una volta, quello di offrire a tutti gli operatori, espositori e visitatori, un'esperienza del dentale attraverso una manifestazione che sappia rispondere adeguatamente alle esigenze del mercato, alla sete di digitale e di innovazione tecnologica, alla richiesta importante di aggiornamento e formazione specifica di tutti i professionisti.

Una manifestazione ancora più facile da raggiungere grazie alla fermata del treno dedicata, RIMINI FIERA, proprio davanti all'ingresso.

UNIDI

today

about the publisher

diti Dental Tribune International

Publisher and Chief Executive Officer
Torsten R. Oemus

Chief Content Officer
Claudia Duschek

Managing Editor
Patrizia Gatto

Assistant Editor
Adamo Buonerba

Copy Editor
Carola Murari

Designer
Giulia Corea

Production Executive
Adamo Buonerba

Advertising Disposition
Alessia Murari

Dental Tribune International GmbH
Holbeinstraße 29 · 04229 Leipzig · Germany
Tel.: +49 341 48474-302
Fax: +49 341 48474-173
General requests: info@dental-tribune.com
Sales requests: mediasales@dental-tribune.com
www.dental-tribune.com

today will appear at the Expodental Meeting • Rimini • 18-20 Maggio 2023. The newspaper and materials therein are copyrighted by Dental Tribune International GmbH. Dental Tribune International GmbH 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 publisher also does not assume responsibility for product names, claims or statements made by advertisers. Opinions expressed by authors are their own and may not reflect those of Dental Tribune International GmbH. General terms and conditions apply; legal venue is Leipzig, Germany.

All rights reserved. © 2023 Dental Tribune International GmbH. Reproduction in any manner in any language, in whole or in part, without the prior written permission of Dental Tribune International GmbH is expressly prohibited.

Il magazine e tutti gli articoli e le illustrazioni sono protetti da copyright. Qualsiasi utilizzo senza previo consenso del curatore o dell'editore è inammissibile e passibile di azione penale. Nessuna responsabilità deve essere assunta per le informazioni pubblicate su associazioni, aziende e mercati commerciali. Termini e condizioni generali si applicano, foro competente è Lipsia, Germania.

Stampa:
Reggiani Print S.r.l.
Via D. Alighieri 50
21010 Brezolo di Bedero (VA)





Analisi Congiunturale della professione odontoiatrica 2023 sul 2022

Si rinnova, come ogni anno, l'appuntamento con l'Analisi Congiunturale della professione odontoiatrica 2023 sul 2022, realizzata dal Centro Studi dell'Associazione Nazionale Dentisti Italiani, che sarà presentata in occasione di Expodental Meeting 2023, alla Fiera di Rimini, Sala Galileo (Padiglione A2), dalle ore 10:00 alle ore 13:00 di giovedì 18 maggio 2023.

Il Centro Studi ANDI ha condotto vari approfondimenti e indagini per tracciare un quadro, quanto più completo ed esaustivo, nel contesto generale, del quadro economico-professionale dell'Odontoiatria in Italia.

I risultati sono stati declinati nei diversi scenari, volti a prevedere in che misura la spesa odontoiatrica si evolva in base ai diversi andamenti degli aggregati socioeconomici.

Programma

- 10:00 Benvenuto ospiti
- 10:15 Apertura lavori e saluto autorità
Dott. Carlo Ghirlanda
Presidente Nazionale ANDI
- 10:30 "Aspetti macroeconomici della società attuale"
Dott. Massimiliano Bondi
Nomisma
- 11:00 "Presentazione e interpretazione dei risultati dell'Analisi Congiunturale"
Dott. Roberto Calandriello
Coordinatore Centro Studi ANDI
- 11:45 "Attività lavoro e personale"
Dott. Luigi Russo
Centro Studi ANDI
- 12:30 Aspetti economici della professione
Prof. Andrea Cutillo
Centro Studi ANDI
- 12:45 Conclusioni
Dott. Carlo Ghirlanda
Presidente Nazionale ANDI

ANDI



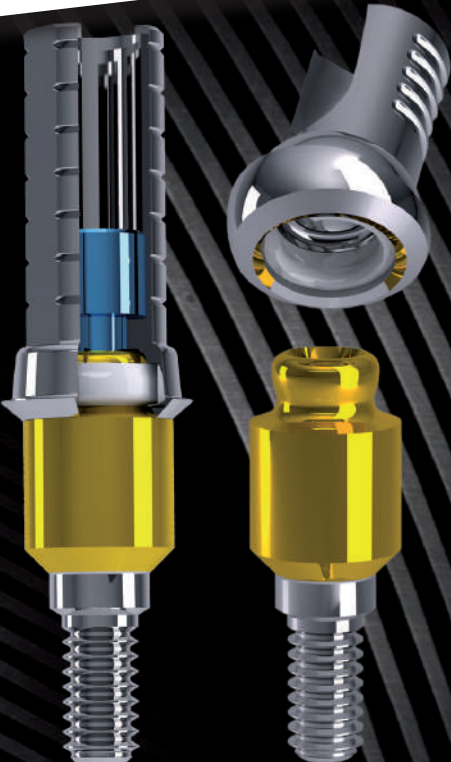
Dott. Carlo Ghirlanda, Presidente Nazionale ANDI



la protesi fissa di Rhein83



La protesi fissa offre una soluzione all'edentulismo migliorando sensibilmente la qualità di vita del paziente. Il progetto nato nei laboratori di ricerca Rhein83 in collaborazione con alcune tra le Università italiane più prestigiose ha sviluppato la sistematica OT BRIDGE. Il risparmio di materiali, strumenti e tempi di lavoro sono gli aspetti fondamentali per la clinica e il laboratorio che possono contare sull'utilizzo del sistema OT EQUATOR - OT BRIDGE anche con tecnica digitale con i più avanzati software cad-cam.



inserzioni passive fino a 80° di divergenza

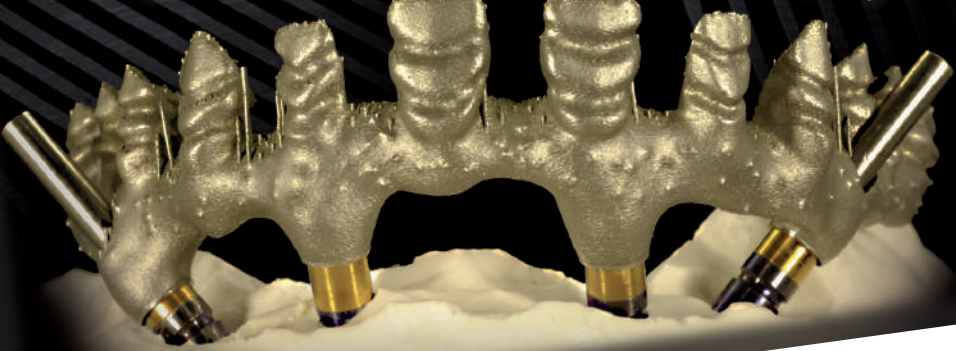
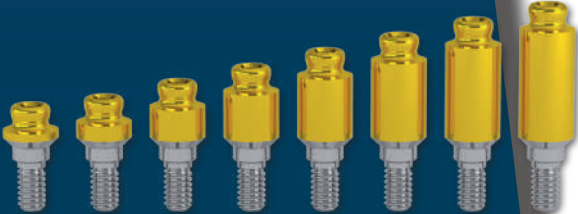


foto di C.Borromeo



L'attacco Ot Equator è per tutti gli impianti, altezze disponibili fino a 7mm. Per ordinare indicare sempre: la marca dell'impianto, il diametro dell'impianto e l'altezza del bordo di guarigione.



EXPO DENTAL MEETING

18-19-20 MAGGIO 2023
RIMINI - ITALIA

Pad. A1 Stand 197



Via E.Zago 10/abc 40128 Bologna (Italy) Tel. +39 051244510
www.rhein83.com • marketing@rhein83.it

Com'è stato il 2022 per l'industria

LIPSIA, Germania: l'industria dentale ha silenziosamente portato a termine un 2022 di incertezze. I rapporti del quarto trimestre delle più grandi aziende del settore hanno mostrato significative diminuzioni delle vendite in Cina e in Russia con un graduale aumento della domanda di beni strumentali. La maggior parte dei principali produttori puntavano a ridurre i costi durante l'anno, e Dentsply Sirona ha annunciato piani per tagliare la sua forza lavoro globale del 10%.

Le vendite globali dei prodotti dentali di Henry Schein nel quarto trimestre sono state pari a 2 miliardi di dollari (1,87 miliardi di euro), un calo del 2,6% nella crescita delle vendite interne locali che ha riflesso un calo del 3,4% in Nord America e un calo cumulativo dell'1,4% nei mercati internazionali. Le vendite di attrezzature dentali in Nord America hanno raggiunto i 536 milioni di dollari, un aumento del 10,8%.

Per il periodo di 12 mesi, Henry Schein ha venduto prodotti odontoiatrici per un valore di 5,71 miliardi di dollari e attrezzature dentali per un valore di 1,77 miliardi di dollari. Le vendite globali di prodotti odontoiatrici per il 2022 sono diminuite dello 0,9% rispetto all'anno precedente, attestandosi a 7,47 miliardi di dollari. La crescita globale delle vendite di apparecchiature dentali ha raggiunto il 4,7%. Il CEO e Presidente Stanley Bergman ha commentato in una dichiarazione: «La domanda di attrezzature dentali in Nord America rimane in buona salute e il nostro portafoglio ordini di attrezzature nel Nord America è stabile. Anche se abbiamo assistito ad ottime vendite per le attrezzature tradizionali e a vendite costanti per le apparecchiature di imaging digitale, c'è stato un calo delle vendite di attrezzature digitali di ricostruzione rispetto al corrispondente quarto trimestre dell'anno precedente».

Dentsply Sirona chiude il 2022 con una perdita operativa di 937 milioni di dollari

I risultati del quarto trimestre hanno segnato la fine di un anno impegnativo per Dentsply Sirona, e il Presidente e CEO Simon Campion ha affermato in una dichiarazione, che rappresentano un importante traguardo mentre l'azienda lavora per migliorare le sue prestazioni e ricostruire la fiducia degli investitori. Le vendite nette di 983 milioni di dollari per il periodo hanno rappresentato un calo del 10,9% su base annua, e il risultato operativo è sceso del 62,0% su base annua, arrivando a 65 milioni di dollari. Le vendite di tecnolo-

gia e attrezzature sono ammontate a 602 milioni di dollari, mentre le vendite di materiali di consumo sono state pari a 381 milioni di dollari, con un calo annuo rispettivamente dell'11,6% e del 9,9%.

Considerando l'intero anno, le vendite nette di 3,92 miliardi di dollari sono state inferiori del 7,3% rispetto a quelle del 2021. Le vendite di tecnologia e attrezzature sono state pari a 2,3 miliardi di dollari, e le vendite di materiali di consumo dentali hanno raggiunto 1,6 miliardi di dollari, entrambi in calo di almeno il 7% su base annua.

Dentsply Sirona ha registrato una perdita operativa di 937,0 milioni di dollari nel 2022, dovuta in gran parte a un onere di poco meno di 1,2 miliardi di dollari per la riduzione di valore del goodwill che è stato registrato nel terzo trimestre.

Il settore dell'odontoiatria è attualmente sottoposto a importanti cambiamenti operativi, tra cui la riduzione della forza lavoro globale del 10%. Campion ha dichiarato: «All'inizio di un nuovo anno, siamo concentrati sui cambiamenti che stiamo apportando alla nostra organizzazione, al nostro modello operativo e alla cadenza, evidenziati dal piano che abbiamo recentemente annunciato».

Dentsply Sirona ha ridisegnato la sua leadership negli ultimi 12 mesi attraverso una serie di nomine esecutive, l'ultima delle quali è quella di Richard Rosenzweig, un veterano di 25 anni del settore sanitario che occuperà i ruoli di vicepresidente senior dello sviluppo aziendale, consigliere generale e segretario.

Envista mantiene la crescita

Envista Holdings ha subito un'ulteriore trasformazione nel corso del 2022, cedendo la sua unità di trattamento KaVo e le attività relative agli strumenti e spostando l'attenzione verso segmenti di crescita più redditizi. Il presidente e amministratore delegato Amir Aghdaei ha dichiarato agli investitori che la società ha tagliato più di 30 milioni di dollari in costi strutturali durante l'anno, e che ciò avrebbe «migliorato l'esperienza del cliente, creando una maggiore flessibilità per affrontare le incertezze nel macro-ambiente».

I ricavi di Envista per il quarto trimestre sono aumentati dell'1,4% a 660,8 milioni di dollari, e l'utile operativo è stato di 88,0 milioni di dollari, rispetto ai 46,1 milioni di dollari nel periodo comparabile del 2021. Il Chief Financial Officer Howard Yu ha dichiarato agli analisti che la società ha visto una forte crescita delle vendite in Europa occiden-



tale durante il trimestre e che ciò è stato compensato da una crescita più debole in Nord America. Le vendite in Russia e Cina sono diminuite in modo significativo durante il periodo, ha aggiunto Yu.

La crescita su base annua nel portafoglio ortodontico dell'azienda ha superato il 15% nel trimestre. Aghdaei ha affermato che il numero di Spark clear aligner case è aumentato a 300.000 durante il periodo e che il numero di dentisti che utilizzano Spark è raddoppiato nel 2022. Envista è stata l'unica azienda multinazionale del dentale che ha venduto i suoi prodotti ortodontici in Cina come parte del suo nuovo processo di approvvigionamento di massa basato sul volume, ha spiegato Envista.

L'intero esercizio ha registrato una crescita del fatturato del 4,1%, un risultato che Aghdaei ha apprezzato, soprattutto tenendo in considerazione la volatilità dell'ambiente operativo. Le vendite totali dell'azienda nel 2022, pari a 2,57 miliardi di dollari, rappresentano un aumento di 60,2 milioni di dollari rispetto al 2021.

Align Technology non effettua stime delle entrate del 2023

Le vendite totali di Align Technology per il quarto trimestre sono state di 901,5 milioni di dollari. Questo ha rappresentato un 1,3% di aumento sequenziale e un declino su base annua del 12,6%. Le vendite di allineatori trasparenti hanno generato 731,7 milioni di dollari in contanti durante il periodo, rappresentando un calo del 10,3% anno su anno.

Le vendite totali nel 2022 hanno raggiunto 3,7 miliardi di dollari, inclusi 3,1 miliardi di dollari provenienti dalle vendite di allineatori trasparenti e 662,1 milioni di dollari da sistemi e servizi. Le spedizioni di Invisalign case nell'intero anno hanno totalizzato 2,4 milioni, 7,4% in meno rispetto ai 2,5 milioni spediti nel 2021.

Dental Tribune International l'anno scorso ha riferito che Align sostenne un inizio difficile nel 2022. Gli analisti avevano accennato a un rallentamento delle vendite già nel quarto trimestre del 2021, e il CEO Joseph Hogan ha avvisato gli investitori che la contrazione del comparto ortodontico sarebbe iniziata a novembre. È stato più ottimista durante la conference call della società con gli del primo febbraio, sottolineando che i risultati più recenti di Align delineavano un ambiente operativo più stabile.

Il Chief Financial Officer John Morici ha dichiarato agli investitori in una conference call che Align aveva assistito un ambiente operativo più stabile in Nord America e nei mercati di Europa, Medio Oriente e Africa (EMEA). Morici ha spiegato, aggiungendo un avvertimento: «Siamo cautamente ottimisti per la stabilità e il miglioramento delle tendenze nel corso dell'anno. Tuttavia, il contesto macroeconomico rimane fragile e, date le continue sfide e incertezze globali, non stiamo fornendo una stima delle entrate per l'intero anno».

Hogan ha confermato un calo delle spese operative di 18,6 milioni di dollari durante il quarto trimestre, dovuto a misure di razionalizzazione dei costi, che includevano spese controllate per la pubblicità e il marketing. La ristrutturazione nel corso del periodo è costata 14,3 milioni di dollari al produttore di allineatori invisibili, che includeva 8,7 milioni di dollari in costi di liquidazione e 5,6 milioni di dollari in costi legati al ridimensionamento delle sue operazioni in Russia.

La Straumann prevede volatilità del mercato e volumi di pazienti stabili nel 2023

Il trimestre ha presentato alti e bassi per Straumann in quanto ha superato 1 miliardo di franchi svizzeri (1 miliardo di euro) di vendite per la prima volta nella regione EMEA e ha registrato il suo primo calo di vendite nella regione Asia-Pacifico. Straumann ha registrato una forte crescita nei ricavi in franchi svizzeri in tutte le regioni tranne Asia-Pacifico. Le vendite sono aumen-

tate dell'11,3% nella regione EMEA, guidate da Germania, Francia e Spagna. In Nord America, le vendite sono aumentate del 13,7%, aidate dalle vendite di prodotti di implantologia premium e soluzioni digitali. L'America Latina è stata la regione in più rapida crescita per Straumann nel trimestre, mostrando una crescita delle vendite del 26,2%. I ricavi totali del trimestre hanno raggiunto 592 milioni di franchi, in crescita del 9,6% rispetto all'anno precedente.

I ricavi del quarto trimestre nella regione Asia-Pacifico sono diminuiti del 5,5% su base annua, a causa dell'impatto del Covid-19 in Cina e dell'introduzione da parte del paese di appalti basati sul volume. Straumann ha dichiarato che la sua offerta nel programma di approvvigionamento basato sul volume è stata accettata nelle prime due settimane di quest'anno.

Nell'intero anno, Straumann ha incassato 2,3 miliardi di franchi in vendite - 14,8% in più rispetto al 2021- e in tutte le regioni è stata registrata una crescita dei ricavi. Le vendite sono aumentate del 14,0% nella regione EMEA, del 15,9% in Nord America, del 7,7% nella regione Asia-Pacifico e del 37,5% in America Latina.

In controtendenza rispetto al trend di razionalizzazione dei costi, Straumann ha aumentato i posti di lavoro di circa 1.300 unità nel corso dell'anno e ha speso oltre 100 milioni di franchi per progetti di ricerca e sviluppo e di espansione. Nonostante ciò, il CEO di Straumann Guillaume Daniellot ha confermato che il 2022 è stato un anno di incertezze.

Guardando al futuro di quest'anno, Daniellot ha dichiarato agli analisti: «Da una prospettiva di mercato globale, ci aspettiamo che le incertezze macroeconomiche e la volatilità del mercato perdurino nel 2023. Ma finché i tassi di disoccupazione rimangono bassi, crediamo che il flusso globale dei pazienti si manterrà stabile. Su una dimensione di mercato impiantare più specifica, il mercato cinese attraverso un anno di forte transizione a causa dell'esecuzione del processo di approvvigionamento basato sul volume».

Jeremy Booth
Dental Tribune International



QUALITÀ PRECISIONE INNOVAZIONE

Made in Germany



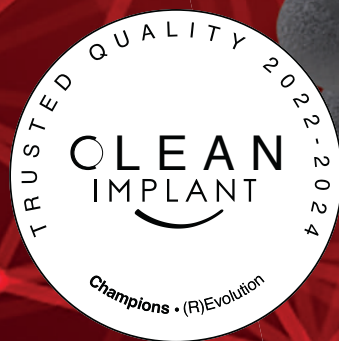
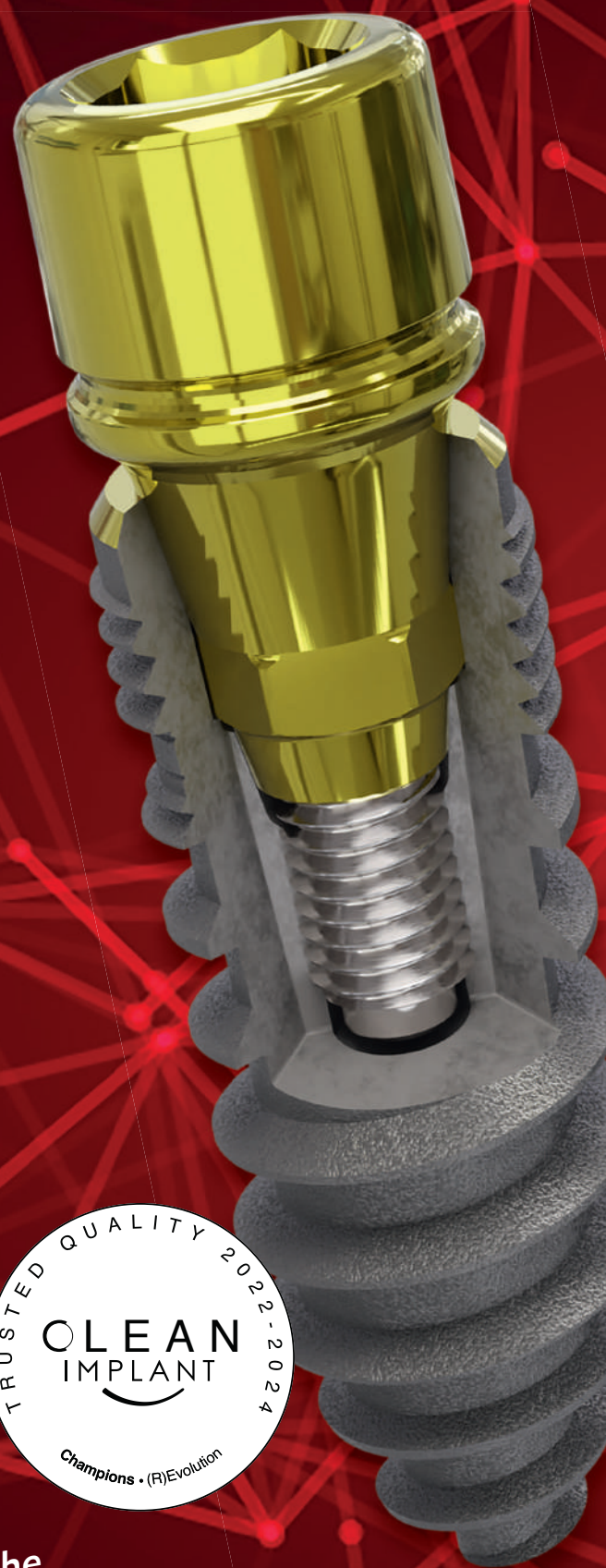
La genialità di un dettaglio che fa la differenza.
Noi lo chiamiamo "super smart Shuttle workflow":

Le 4 funzioni dello Shuttle*:

- strumento d'inserimento
- vite di chiusura
- forma-gengiva
- utensile per la presa d'impronta

Una soluzione unica ed innovativa che accorcia
il tempo in poltrona da 5 a 2 sedute.

*Sistema brevettato a livello mondiale



RIMINI EXPODENTAL Meeting

Venite a scoprire il mondo di
Champions-Implants presso
il nostro stand



18-19-20 Maggio 2023



Rimini, Padiglione C3, Corsia 5
Stand Nr. 165

Porta con te questo

BUONI SCONTO EXPODENTAL CHAMPIONS
Assicuratevi il vostro codice sconto esclusivo per
„La formazione che ispira“ e i prodotti presso il nostro stand!

Caratteristiche
del prodotto



champions-implants.com

CHAMPIONS

Come l'elevata inflazione sta influenzando acquisti e vendite di cliniche dentali

Osservando come i dentisti della maggior parte dei Paesi siano alle prese con l'aumento dell'inflazione, alcuni potenziali acquirenti e venditori di cliniche dentali potrebbero bloccare eventuali loro piani. Dental Tribune International ha parlato con Kyle Francis, presidente e fondatore di Professional Transition Strategies, su come l'inflazione stia rimodellando il paesaggio delle cessioni/acquisizioni. Secondo Francis, l'aumento dei tassi di interesse nel 2023 potrebbe incrementare l'interesse del private equity in odontoiatria e avere un impatto al ribasso sui valori degli studi dentistici statunitensi che generano un milione di dollari di entrate annuali.

Signor Francis, potrebbe parlarci del modo in cui generalmente i tassi di inflazione hanno un impatto sull'acquisto e la vendita di cliniche odontoiatriche?

Sembra logico che ci dovrebbe essere una relazione inversa tra i tassi di inflazione e il valore di uno studio dentistico per un singolo acquirente; tuttavia, gli straordinari tassi bassi che abbiamo sperimentato negli ultimi dieci anni non hanno mai veramente aumentato i valori per i singoli acquirenti oltre i livelli di recessione post 2009. La ragione principale è che, se uno studio ha un forte cash flow, l'avversione della banca al rischio fornitore è l'unico fattore che limita il valore di tale attività. Per esempio, uno studio che generava 1 milione di dollari di fatturato nel 2007 avrebbe ricevuto l'80% di tale fatturato come metro di valutazione, assestandolo a un valore totale di 800.000 dollari. La stessa attività avrebbe potuto generare ricavi per 1,7 milioni di dollari entro il 2022, ma il metodo di valutazione dell'80% sarebbe rimasto lo stesso. Il valore percepito sarebbe aumentato con il tasso d'inflazione e il flusso di cassa sarebbe aumentato congruamente se le entrate e le spese fossero aumentate con il tasso d'inflazione. Ciò significa che il risultato netto per il dentista non può essere molto diverso da quello di oltre dieci anni fa.

In che modo i tassi di inflazione particolarmente elevati modificano il panorama delle acquisizioni di studi?

Quando si parla di come i tassi di inflazione cambino il panorama delle acquisizioni, la considerazione principale sono le tempistiche. Per i dentisti alcuni

dei primi elementi su cui l'inflazione ha un impatto sono le forniture cliniche e i costi di laboratorio. In genere, a ciò seguirà un aumento dei costi del personale per aiutare i dipendenti a soddisfare i costi più elevati legati agli articoli di uso quotidiano.

In qualità di fornitori di servizi a pagamento, è più facile, per i dentisti che subiscono questi cambiamenti, aumentare le tariffe ai pazienti. Dall'altro lato è difficile per i fornitori di servizi fare altrettanto perché devono osservare limiti contrattuali nei pagamenti delle procedure e non sono autorizzati a modificare i prezzi.

La buona notizia è che questi ricavi alla fine si adatteranno alla nuova struttura dei costi mentre le dinamiche di mercato si assestano. Se i fornitori stanno perdendo troppi soldi fornendo cure a un gruppo specifico nell'ambito di un determinato programma di assicurazione, quel gruppo probabilmente perderà i fornitori e il risarcimento sarà imputato a quelle perdite.

Se si mantiene un tasso di inflazione elevato, può volerci più tempo prima che i ricavi recuperino il valore. Ma ci sono già molti aumenti di tariffe legate ai piani di assicurazione in diversi stati degli USA per tenere conto del reddito netto perso dal fornitore. Nello specifico, in termini di acquisizione, se lo studio sta sostenendo costi più elevati e i ricavi non hanno ancora recuperato il valore, allora esso può manifestare margini di profitto insolitamente bassi, che possono influenzare il valore dell'attività riducendolo fino a quando non si verifica il recupero.

Come potrebbero differire le transazioni nel 2023, date queste condizioni economiche?

Sulla base di ciò che abbiamo visto, ci sono state pochissime variazioni nei metodi di valutazione complessiva, sia nei gruppi sia nei soggetti individuali.

Abbiamo centinaia di comparazioni nel 2022, quando i tassi di inflazione avrebbero dovuto diminuire la redditività nel breve termine, ma non lo hanno fatto. Ad oggi, la nostra ricerca mostra solo una diminuzione molto marginale sia in guadagni discrezionali del venditore sia in EBITDA (utili prima di interessi, tasse, svalutazioni e ammortamenti). Tuttavia è possibile che, se i tassi rimangono alti per un lungo periodo di tempo, i ricavi impieghino di più per riallinearsi alle basi di costo. In questo caso, ci aspettiamo che molti studi abbiano bisogno di normalizzarsi per un anno prima di voler entrare sul mercato che presenti maggiori costi. Anche il termine "guadagni" potrebbe essere utilizzato più spesso. A questo punto uno studio può operare nel suo stato attuale e, se la redditività migliora oltre un certo orizzonte temporale, in futuro verrà pagato un prezzo maggiore. Questo offre allo studio la possibilità di normalizzarsi.

Che cosa dovrebbero tenere in considerazione i titolari di studio che intendono vendere o i potenziali acquirenti?

Quando c'è incertezza nel mercato, può essere un ottimo momento per valutare strategie opportunistiche considerate insolite. Se guardiamo indietro ai casi passati di turbolenza del mercato, le persone e le aziende che hanno avuto



successo durante quei periodi sono state quelle che pensavano fuori dagli schemi.

Per esempio, gli acquirenti noteranno che le persone sono attualmente preoccupate per l'aumento dei tassi di interesse, ma dovrebbero tenere a mente che questi tassi sono essenzialmente i medesimi del periodo di boom di inizio anni 2000. Gli studi hanno operato a un ritmo molto rapido durante quel periodo, quindi possiamo supporre che lo faranno anche in questa situazione. Tuttavia, molti acquirenti non stanno seguendo queste ipotesi e sono in attesa di opportunità per riorganizzarsi. Molti venditori sono disposti a fare un affare e alcuni acquirenti sono in attesa, ciò significa che chi ha intenzione di acquistare può ottenere un buon accordo e avere più opzioni rispetto ad altri periodi.

Dal lato dei venditori, potrebbe essere il momento di considerare le altre opzioni disponibili. Potrebbe pensare a un diverso tipo di acquirente per il suo studio, come un'organizzazione di supporto dentale, private equity o simili. I venditori potrebbero anche considerare la ricerca di un partner, se hanno studi adatti a questa soluzione. Infine, in alcuni casi, anche un piano di azionariato dei dipendenti potrebbe avere senso. Fare un passo indietro per capire il significato di queste opzioni potrebbe for-

nire agli acquirenti nuove certezze nel loro approccio.

Infine, si aspetta che ci saranno variazioni in queste tendenze nel breve o medio termine?

Se c'è qualcosa che abbiamo imparato dalla recessione del 2008 e dalle chiusure causate dal Covid-19, è che l'odontoiatria è molto resiliente. Non credo che questo cambierà nel medio o lungo termine.

Detto questo, il valore di alcuni studi dentistici è diminuito negli ultimi tre anni. Se uno studio è piccolo e non genera molto profitto, sarà difficile ottenere un prestito basato sulle attività. La maggior parte delle banche preferirebbe offrire il prestito a una start-up sulla base delle sue attività, piuttosto che al proprietario di uno studio con profitti bassi. Inoltre, se uno studio si trova in una zona di decremento demografico, non c'è dubbio che ci vorrà molto più tempo per trovare il giusto acquirente.

In questi casi, mi aspetto che i tassi di inflazione e le condizioni economiche continuino ad aumentare il divario tra questi tipi di studio e ciò che il resto del mercato sta vivendo, insieme all'effetto composto di questi venti contrari.

Jeremy Booth
Dental Tribune International

JDENTALCARE OFFRE UN PROGRAMMA IMPERDIBILE ALL'EXPODENTAL 2023

■ Il 18-19-20 maggio a Rimini JDentalCare approderà all'Expodental 2023 con un programma di attività esclusivo e imperdibile. Quest'anno allo stand A1 001 avrete la possibilità di immergervi nel mondo JD e scoprire tutte le novità implantari e digitali prodotte dalla famiglia JDentalCare. Workshop, sessioni hands on e intrattenimento vi aspettano per rendere la vostra esperienza in fiera unica e personalizzata.

Il ricco programma offerto da JD ha inizio giovedì 18 maggio con i workshop "Protocollo full digital" a cura del dott. Domenico Puma (sessione 1, ore 10:00 e sessione 2, ore 13:30). Verranno esposte le metodiche digitali per il trattamento delle riabilitazioni full-arch a carico immediato che consentono di semplificare e rendere predicibili anche interventi complessi.

Venerdì 19 maggio seguirà il workshop "La chirurgia computer guidata" a cura della dott.ssa Camilla Gesso e del dott. Mattia Picasso (sessione 1, ore 9:45, sessione 2, ore 13:30) il workshop "Il trattamento Maxilla-For-All con impianti pterigoidei, nasali e zigomatici" a cura del dott. Tommaso Grandi (sessione 1, ore 10:30, sessione 2, ore 15:00) e alle 12:00 il workshop "La chirurgia zigomatica: protocolli chirurgici" a cura del dott. Cesare Paoleschi. Assieme ai primi relatori, vedremo come grazie al processo digitale sia possibile acquisire un maggior quantitativo di dati garantendo una qualità del processo costante nel tempo. Il dott. Grandi, invece, spiegherà i vantaggi del trattamento Maxilla-For-All che consente di affrontare in sicurezza anche i casi estremi di atrofia mascellare. Infine, il dott. Paoleschi illustrerà i pro-



toccolli chirurgici per una chirurgia zigomatica sicura.

Durante le tre giornate di fiera, presentando il JD voucher, sarà anche possibile prendere parte a delle esercitazioni pratiche su modelli insieme a tecnici che vi guideranno passo passo.

Questo ricco programma si conclude con l'aperitivo JD di venerdì 19 maggio dalle ore 16:30.

Per prenotare un appuntamento allo stand o ottenere il JD Voucher vi invitiamo a contattarci su corsi@jdentalcare.com o a visitare il nostro sito www.jdentalcare.com.

JDentalCare
Padiglione A1
Corsia 1
Stand 001

Il mercato globale degli allineatori trasparenti: le stelle sono “allineate”

BURNABY, Canada: Il mercato globale degli allineatori trasparenti continua a crescere rapidamente e sembra destinato a superare gli apparecchi fissi come trattamento ortodontico più diffuso. Una nuova ricerca di iData dimostra che il segmento direct-to-consumer (D2C) degli allineatori trasparenti sta guadagnando quote di mercato e che gli Stati Uniti non rappresentano più la maggior parte dei casi globali di utilizzo di allineatori trasparenti.

Gli allineatori trasparenti sono semplici dispositivi ortodontici su misura che si adattano perfettamente ai denti e offrono vantaggi estetici, pratici ed economici. La complessità dei casi che possono essere trattati con allineatori è aumentata nel tempo e ora spazia dai semplici casi anteriori, che richiedono soprattutto movimenti estetici, a casi gravi che comportano estrazioni o recidive multiple. A causa di questi e altri fattori, gli allineatori trasparenti stanno rapidamente diventando il trattamento dominante e preferito per la malocclusione.

Molti pazienti che in precedenza non avrebbero optato per un trattamento ortodontico sono ora sottoposti a una terapia con allineatori trasparenti. Ciò può essere attribuito ai vantaggi visivi offerti da questi allineatori rispetto agli apparecchi fissi, nonché alla capacità di molti produttori di affrontare i casi più semplici, dal punto di vista estetico, in modo conveniente. Migliori materiali e tecnologia di scansione stanno

aziende di puntare su una popolazione precedentemente non coinvolta in ortodonzia. Dato che i costi per il paziente sono notevolmente inferiori a quelli delle terapie effettuate dal dentista, i consumatori che in precedenza erano esclusi dal mercato degli allineatori rappresentano ora una notevole fonte di entrate per i fornitori di terapie basate sull'allineamento, in particolare nei Paesi a basso reddito.

La pandemia di SARS-CoV-2 ha avuto un impatto considerevole sul mercato del D2C. Tuttavia, la sua crescita è stata influenzata in modo meno grave rispetto a quella della categoria degli allineatori trasparenti realizzati dal dentista, in quanto i pazienti hanno ricevuto il trattamento a distanza e non hanno dovuto annullare i controlli di persona. Ciò ha portato a ulteriori guadagni da parte del segmento D2C rispetto al trattamento condotto dal dentista. Tuttavia, tali guadagni sembrano essere stati in gran parte temporanei poiché, entro il 2021, le quote di mercato dei segmenti a guida del dentista e del segmento D2C erano ritornati alla loro ripartizione pre-pandemica. SmileDirectClub è stato il pioniere del metodo D2C per il trattamento con allineatori trasparenti nel 2014.

SmileDirectClub ha curato oltre 1,5 milioni di pazienti in tutto il mondo grazie all'utilizzo di SmileShop - postazioni spot dove i potenziali pazienti possono sottoporsi rapidamente a scansioni intraorali - e di una rete collaborativa di

Allineatori trasparenti: in tutto il mondo in 80 trays

Il mercato degli allineatori trasparenti sta rapidamente cambiando da un mercato centrato sugli Stati Uniti a uno più equilibrato a livello globale. Nel 2017, oltre il 55% di tutti i casi trattati con allineatori trasparenti sono stati trattati negli Stati Uniti. Questo numero è sceso al di sotto del 50% nel 2021 e dovrebbe scendere al 40% entro il 2025.

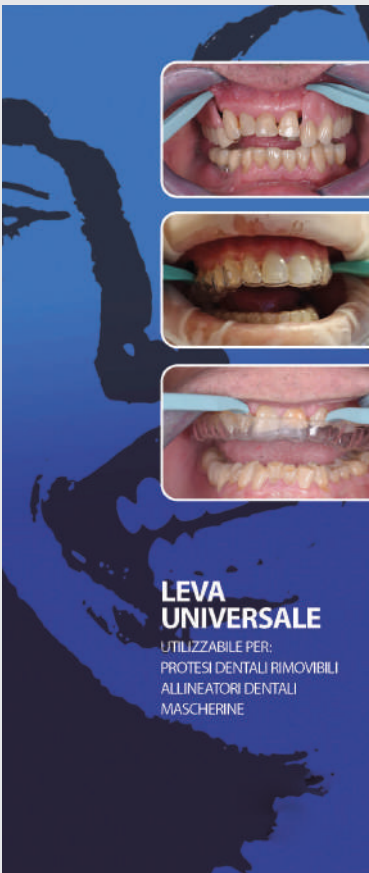
L'importanza percepita nel migliorare il proprio aspetto varia da Paese a Paese e, in alcuni, ha un'elevata rilevanza culturale. Molti consumatori, che in precedenza non avrebbero optato per il trattamento con apparecchi fissi, sono ora sottoposti a una terapia di allineamento invisibile e molti produttori possono affrontare i casi più semplici in modo economicamente vantaggioso.

Casi professionali moderati e complessi richiedono un costo aggiuntivo, che esclude molti potenziali pazienti, e molti dei casi più complessi vengono ancora trattati con l'apparecchio tradizionale. Si stima che circa il 75% della popolazione mondiale soffra di malocclusione, il che significa che un'enorme fetta di mercato non viene sfruttata, soprattutto per coloro che attualmente non possono permettersi le più costose cure dentistiche. Tuttavia, un numero crescente di fornitori di servizi D2C sta cominciando ad essere in grado di affrontare casi di affollamento o spaziatura più gravi, overbite e altri movimenti prevedibili e moderati.

OT LEVER - LA LEVA INTELLIGENTE PER RIMUOVERE FACILMENTE PROTESI ED ALLINEATORI

Da Rhein83, azienda sempre attenta alle necessità dei pazienti, OT Lever, un sistema brevettato per rendere veloce, sicura ed igienica la rimozione di qualsiasi protesi dentale, apparecchio o allineatore. Siamo consapevoli che l'età media dei pazienti è in sensibile incremento e gli anziani, anche se autosufficienti, spesso hanno difficoltà a rimuovere la loro protesi. OT Lever permette una disinserzione molto facile a chiunque, il prodotto è adatto a tutti i pazienti e può essere utilizzato anche per gli allineatori. Per saperne di più venici a trovare a Rimini in Expodental, oppure scrivi a marketing@rhein83.it.

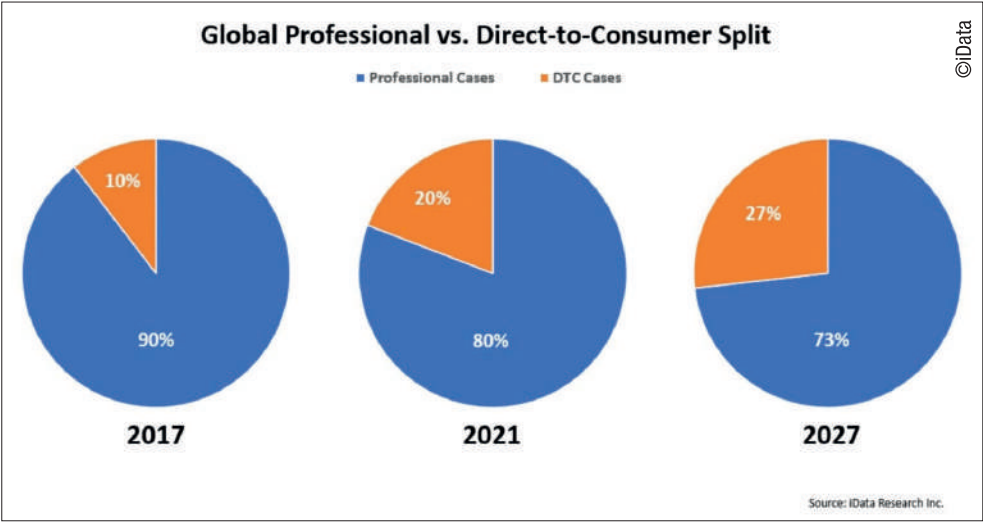
Rhein83
Padiglione A1
Corsia 5
Stand 197



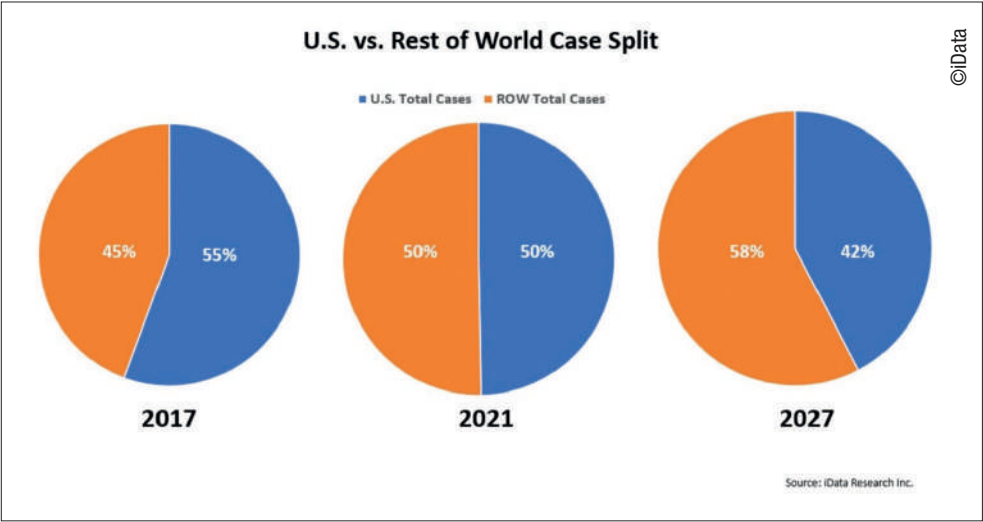
continuerà ad attirare nuovi pazienti. A livello globale, si sta verificando un rapido cambiamento in cui il trattamento sta guadagnando popolarità in tutto il mondo, con gli Stati Uniti che non sono più i responsabili della maggior parte dei casi di insorgenza.

Dott. Kamran Zamanian
John Fraser

Nota Editoriale
Da 16 anni, iData Research è un forte sostenitore del processo decisionale basato sui dati all'interno dell'industria globale dei dispositivi medici, dentali e farmaceutici. Fornendo soluzioni di ricerca e consulenza personalizzate, iData consente ai propri clienti di fidarsi della fonte dei dati e di prendere decisioni strategiche importanti con sicurezza.



Il trattamento di allineamento diretto al consumatore sta diventando sempre più popolare, ma il mercato è ancora nelle prime fasi di sviluppo al di fuori del Nord America e dell'Europa.



Si sta verificando un rapido cambiamento: il trattamento chiaro dell'allineamento sta guadagnando popolarità in tutto il mondo e gli Stati Uniti non sono più responsabili della maggior parte dei casi iniziali.

portando a prodotti sempre più confortevoli e più affidabili nel trattamento efficace e rapido della malocclusione.

I pazienti preferiscono gli allineatori trasparenti agli apparecchi fissi e ai fili ortodontici, soprattutto per il maggiore comfort, l'aspetto estetico e la possibilità di rimuoverli prima di mangiare. Nell'agosto 2020, Dentsply Sirona, uno dei più grandi nomi dell'ortodonzia, ha annunciato la sua uscita dal tradizionale business dell'ortodonzia. Ciò indicava il declino della popolarità delle apparecchiature fisse e del trattamento con i fili a favore degli allineatori. Sia il trattamento con l'allineamento trasparente condotto dal dentista che il trattamento con apparecchi fissi comportano costi considerevoli per il paziente; tuttavia, sul mercato sono disponibili sempre più alternative meno costose.

L'emergenza della terapia dei trattamenti ortodontici direct-to-consumer

Il trattamento D2C rappresenta una quota sempre più crescente del mercato degli allineatori e ha permesso alle

studi dentistici. La facilità d'uso, i prezzi accessibili e la convenienza di non avere visite obbligatorie in studio hanno fatto sì che il modello D2C diventasse una parte fondamentale del mercato dell'allineamento invisibile, soprattutto in Nord America. Oltre a SmileDirectClub, Byte e Candid hanno fatto notevoli passi avanti nella fornitura di trattamenti di allineamento trasparente D2C in Nord America. Tuttavia, nonostante la sua crescente popolarità in Nord America, il mercato D2C ha affrontato problemi continui relativi alla percezione e alla fiducia del pubblico. I principali operatori del mercato offrono opzioni terapeutiche che affrontano i problemi ortodontici in modo meno adeguato rispetto ai trattamenti condotti dal dentista, e alcuni pazienti hanno riferito che il trattamento con D2C ha persino peggiorato la loro malocclusione. Il trattamento D2C rappresenta una quota sostanziale del mercato nordamericano, ma deve ancora diventare un pilastro del mercato nel resto del mondo.

Il resto del mondo è ancora nelle prime fasi dell'adozione del trattamento D2C come opzione legittima. DrSmile Germania è un esempio di azienda che sta iniziando ad affermarsi nel mercato europeo, e il colosso nordamericano SmileDirectClub ha avuto un impatto globale sin dal suo ingresso nel mercato internazionale nel 2019. La regione Asia-Pacifico ha solo un mercato marginale D2C, come l'Indiana Toothsi e la giapponese Oh my teeth che sono attori regionali; tuttavia, diversi provider D2C si possono trovare in Australia. In Sud America, il Brasile è sede di un certo numero di importanti società D2C.

Allineatori trasparenti: un settore in crescita

Il mercato globale degli allineatori trasparenti si è già consolidato come un settore vitale dell'industria ortodontica e si prevede che manterrà buona parte della sua crescita. I casi guidati dai dentisti presto supereranno gli apparecchi fissi come opzione terapeutica preferita per la malocclusione, e il mercato D2C

John Fraser

È analista di ricerca senior presso iData Research. Sviluppa e compone progetti di ricerca consorziati riguardanti l'industria dei dispositivi medici, pubblicando il rapporto Global Clear Aligner Market research.



Dott. Kamran Zamanian

È CEO e socio fondatore di iData Research. Ha lavorato per oltre 20 anni nel settore delle ricerche di mercato dedicandosi allo studio di impianti dentali, sostituti dell'innesto osseo, protesi e altri dispositivi dentali utilizzati nella salute dei pazienti di tutto il mondo.



Verso una “Odontoiatria di dignità”

Intervista al dott. Gerhard Seeberger, presidente AIO e past president FDI.



Dott. Gerhard Seeberger si definisce un bavarese che ormai è stato adottato dall'Italia, tanto che spesso gli dicono “tu sei più italiano di noi!”. Per capire il personaggio Seeberger basta la frase che troviamo nel suo profilo LinkedIn “Acting locally – Thinking globally”.

Dott. Seeberger, lei è stato da poco eletto per la seconda volta presidente dell'AIO (Associazione Italiana Odontoiatri), una delle associazioni di categoria odontoiatrica più attive e prestigiose. A suo tempo aveva lasciato per dedicarsi alla FDI World Dental Federation di cui è stato Speaker e Presidente. Come ha ritrovato quest'AIO? Cos'ha di diverso e di nuovo? Come cambia questa presidenza rispetto a quella che ha già avuto?

Cara Patrizia, innanzitutto grazie per l'opportunità di realizzare con te questa intervista e grazie anche per la domanda perché include intrinsecamente il come una persona si deve rinnovare. Non lo vedo effettivamente come un rinnovo ma lo vedo come un continuum, anche se nel frattempo altri hanno guidato questa associazione. Cosa è cambiato nel frattempo? Io direi che il nostro mondo attorno è cambiato e devo dire che la nuova AIO sicuramente ha fatto bene ad adeguarsi anche se questo adeguamento, come sappiamo tutti, dipende sicuramente dalla volontà della comunità medica tutta, ma innanzitutto, e questo è descritto anche in testi internazionali, dipende dalla volontà politica. A questo punto, a seguito dell'esperienza che ho fatto il 20 marzo con l'evento organizzato da AIO a Roma per la Giornata Mondiale della Salute, vorrei spezzare una lancia a favore del nostro Ministro della Salute Orazio Schillaci, persona assai preparata e mi è piaciuto moltissimo, ma non solo questo, perché è una persona anche aperta a discorsi per affrontare il tema dell'odontoiatria pubblica sociale che può essere espressa con le parole del mio segretario Danilo Savini: “un'odontoiatria di dignità”. Infatti, in una chiacchierata che ho fatto in precedenza con te Patrizia, avevo detto che globalizzazione si ma effettivamente è anche una perdita in parte della dignità della gente. Quindi io credo che sia molto importante concentrarsi su una politica della Salute che sia economica, finanziaria, sociale ed educativa per prepararsi a una gestione ve-

ramente efficace della salute orale per il cittadino ma anche per il paziente italiano.

Sembra che il Ministro adesso voglia rivedere anche i LEA, compresi quelli per l'Odontoiatria che però hanno un notevole costo. Eppure, pensando al misero 5% di Odontoiatria Pubblica in Italia, che è irrisorio, rischia di non tradursi in un aumento di questa percentuale comportando quindi una quasi totale assenza di prevenzione della salute orale, che poi significa salute generale. Cosa ne pensa?

Penso innanzitutto che il concetto della Prevenzione si sia perso per strada, ma non solamente per una crisi della salute ma per una crisi dei sistemi sanitari dei vari Paesi. L'abbiamo riscontrato dalle statistiche e lo abbiamo visto anche dalla forza lavorativa che non ha dato una risposta come ogni cittadino si aspettava. E devo dire che l'odontoiatria e la sua comunità ha sicuramente risposto meglio di qualsiasi altra specialità medica. Questo non è per denigrare il lavoro altrui, ma semplicemente è qualcosa da osservare perché gli studi odontoiatrici sono rimasti aperti, almeno quelli privati. Detto questo, devo però dire che la prevenzione in ambito odontoiatrico è stata affrontata con maggior anticipo rispetto alle altre professioni mediche che hanno recuperato negli ultimi anni. Infatti l'odontoiatra è stato il settore più preparato nel mantenere, non solo la qualità delle cure ma il concetto della prevenzione. Si è preso cura del paziente in termini di sicurezza, con la realizzazione di un ambiente di lavoro sicuro dove era certo che non ci fossero rischi per il paziente e questo è anche documentato dalle statistiche che parlano a favore degli odontoiatri, perché le contaminazioni sono rimaste molto, molto, molto più basse anche rispetto ad altri Paesi europei. Questo dimostra che il concetto della prevenzione è presente nella testa dell'odontoiatra italiano, sia esso pubblico o privato. Quello che si è perso, purtroppo, è il va-

lore della prevenzione in tempi di emergenza. Perché quando si devono ancora affrontare problemi che sono legati all'ultima crisi, cioè quella economica e finanziaria che in Italia continua, per poi avere anche la sovrapposizione di una crisi della salute, allora non si pensa più alla prevenzione, ma alla pura sopravvivenza. Quindi la mancanza non è tanto che il concetto non esista, ma è semplicemente una mancanza della cosiddetta literacy e del coaching. Un coach deve avere logicamente una persona che può non solo istruire, ma innanzitutto allenare per essere performante come contribuente attivo verso ogni singolo cittadino nel togliere il peso non solo della malattia, ma innanzitutto del conseguente costo che quella malattia comporta.

Dott. Seeberger, abbiamo tanti nuovi poveri e la crisi ha accentuato questa tendenza. I nuovi poveri, soprattutto la classe media, sono quelli che non hanno la possibilità economica di accedere alle cure, visto che l'odontoiatria italiana è al 95% privata. Allora io le faccio una domanda sull'odontoiatria organizzata, le cosiddette Catene, che sembra porsi un po' a cavallo tra l'odontoiatria privata e quella pubblica, quasi inesistente in termini di accesso alle cure. Molti le vorrebbero “polverizzare”, ma il mercato viaggia per conto suo e quindi più di tanto non possiamo fare. Lei cosa ne pensa di questa odontoiatria organizzata in Italia, che peraltro ha una grossa fetta di mercato e dà anche tanto lavoro?

Allora, bisogna definire un attimo il concetto di odontoiatria organizzata. Quella che io definisco come odontoiatria organizzata è quell'odontoiatria che sta nelle associazioni e nelle varie istituzioni che esistono nel campo odontoiatrico. Ma tornando al tema delle Catene, quindi dell'odontoiatria definita organizzata che dà un accesso più ampio alle cure, questo aspetto fa parte di una delle 3 A che la Federazione Mondiale aveva posto come primo pilastro nel dichia-

rare la necessità di una copertura universale della Salute Orale. Logicamente, la prima cosa che bisogna garantire è la accessibilità seguita dalla finanziabilità e dalla disponibilità. La disponibilità in Italia non credo che sia un problema, e come hai giustamente detto, è una questione di costi e quindi di capire dove posso andare per potermi permettere quello di cui ho bisogno, anche nelle cosiddette catene. Io credo che il vero povero in Italia, come anche in Germania e in qualsiasi altro Paese del mondo, non ha accesso neanche alle Catene. Non sono convinto che l'odontoiatria cosiddetta organizzata in catene o in altre strutture simili dia una reale risposta al fabbisogno dell'odontoiatria di dignità. Per quelli che veramente non se la possono permettere, per quelli che sicuramente sono al di fuori di un qualsiasi concetto di prestazione o terapia, che deve comprendere il concetto della prevenzione, non credo sia veramente una strada da percorrere. D'altro canto bisogna dire che in un paese che fa parte del G8 come l'Italia, questi problemi non possono essere risolti con delle azioni volontarie, che in Italia sono abbastanza sporadiche e non sono presenti ovunque. Ciò vuol dire che dobbiamo lavorare su qualcosa che non crei solo posti di lavoro. È vero che le catene creano posti di lavoro innanzitutto per i giovani, però posso dire dal mondo AIO, dove c'è anche la cosiddetta AIO Academy, nessuno dei giovani che affluisce in questa nuova Academy e che si dedica anche alla scienza, lavora in una catena almeno fino ad oggi. E possiamo anche dire che probabilmente sono fortunati perché fanno parte di quel 95% di odontoiatri privati che si condividono il 30-35% della popolazione che va ancora dall'odontoiatra privato regolarmente. Ma il quadro sta cambiando, come giustamente hai detto tu, e la classe media si sta impoverendo. I soldi a disposizione sono meno ed è un fenomeno in crescita. Detto questo, credo nella suddivisione della responsabilità sociale, comprendendo non solo la classe medica, ma an-

che la classe politica, e mi riferisco al documento di Guido Benedetti, scritto con altri coautori come Laura Strohmen-ger, Guglielmo Campus e Maria Grazia Cagetti alla fine del 2014, descritto proprio nell'International Dental Journal per il Paese Italia. C'era già un lavoro di 3 anni prima in cui si delineava una visione internazionale di questo fenomeno, vale a dire della non cura politica della salute orale. Oggi come oggi sappiamo che dopo il 2021, quando il Direttore Generale dell'OMS ha messo sul tavolo la discussione per una risoluzione nell'Assemblea Mondiale della Salute, che ogni anno si tiene a fine maggio, che fu approvata da 191 Paesi membri fra cui l'Italia, a cui poi seguì da parte dell'OMS a un'altra risoluzione, anche questa approvata, come risposta alla strategia per combattere le malattie orali, promuovendo la salute orale. Oggi ci troviamo di fronte a un nuovo documento che si chiama “Piano d'azione per la salute orale”, accolto con lo stesso favore e con la stessa positività e che sarà votato a fine maggio di quest'anno.

Ma sarebbe interessante anche guardare in che cosa consiste questo Piano d'azione che ha incorporato una serie di raccomandazioni critiche formulate dall'FDI: un migliore sviluppo delle politiche in materia di salute orale, migliori posizioni di leadership per i professionisti della salute orale e una richiesta diretta ai governi di contribuire al raggiungimento dell'obiettivo di accesso ai servizi essenziali di salute orale da parte dell'80% della popolazione mondiale. Io credo che qui non si possono “tagliare” tutti i Paesi con lo stesso pettine e quindi ritorno all'inizio della nostra discussione. Io credo che in Italia ci sia veramente un programma nazionale da sviluppare così che si possa dare la miglior risposta a tutti gli italiani, anche quelli coinvolti nel fornire al paziente la salute orale. E a questo punto mi permetto di concludere con una domanda: “Saranno solo i dentisti a dare questa risposta?”. Volendomi dare una risposta devo dire sicuramente di no, perché se tutta la comunità medica, e innanzitutto quelli che si occupano delle malattie non trasmissibili, non sarà coinvolta in questo concetto di Prevenzione, probabilmente faremo poca strada, saremo poco efficienti e ci sarà poca efficacia in termini di raggiungimento degli obiettivi di copertura universale della salute orale, cioè far parte di quel 10% che al massimo dovrebbero spendere le famiglie, e non le persone singole, per mantenere la salute generale, compresa quella orale.

Abbiamo toccato alcuni temi fondamentali. Io mi auguro che con la sua presidenza riesca a dare un impulso non solo all'Associazione che presiede, ma un po' a tutta l'odontoiatria italiana. Diventando lei Presidente in rappresentanza dell'Associazione, come valido interlocutore per la Politica con la P maiuscola, e stimando anch'io il nostro Ministro Schillaci, le auguro buon lavoro, ma soprattutto le auguro di ottenere qualche risultato.

Grazie a te Patrizia.

Patrizia Biancucci





La stampa 3D dentale, ridefinita.
Il flusso di lavoro digitale che lavora per voi.

I prodotti SprintRay sono progettati per lavorare insieme, creando opportunità di collaborazione, innovazione e risultati clinici superiori. Dalla progettazione alla stampa fino alla post-elaborazione, i prodotti SprintRay vi aiutano a massimizzare l'efficienza della vostra clinica. Provate il flusso di lavoro di stampa 3D più veloce dell'odontoiatria digitale e il nostro rivoluzionario Crown Kit, che consente di stampare corone in circa 15 minuti.

EXPODENTAL RIMINI

Padiglione: Pad. C3,
Corsia 3, Stand: 74



SprintRay Europe GmbH
Brunnenweg 11
64331 Weiterstadt
Germania



info.eu@sprinray.com



00800 70 70 8000



<http://www.sprinray.com>