Expodental Meeting Rimini • 19-21 Maggio 2022

today

Supplemento n. 2 di **Dental Tribune Italian Edition anno XVIII n. 5** • Anno XVII n. 1

AD

tueor SERVIZI
marketing & comunicazione

I **workshop**
all'Expodental 2022

GIOVEDÌ 19 MAGGIO H 14.00 - 15.30
SALA BRUNELLESCHI - PADIGLIONE C3
La chiave per il preventivo di successo: dalla comunicazione all'analisi

VENERDÌ 20 MAGGIO H 11.30 - 13.00
SALA GOLGI - PADIGLIONE C1
Come incrementare la fidelizzazione e le perfomance ottimizzando la potenzialità del portfolio pazienti. Tecniche di intramarketing e il recupero dei "pazienti in sonno"

AD

Il mercato dentale riparte nel post Covid e si consolida nel primo trimestre 2022

La recente analisi svolta dalla Key-Stone mostra come il mercato odontoiatrico stia affrontando la ripartenza post-Covid indicando le prospettive future.

» pagina 5

Ritorno al futuro, un augurio e un auspicio

Intervista al Presidente UNIDI, dott. Gianfranco Berrutti

Attuale Presidente dell'Unione Nazionale Industrie Dentarie Italiane (UNIDI) e Presidente della Federation of the European Dental Industry (FIDE), il dott. Gianfranco Berrutti in occasione dell'Expodental Meeting 2022 ha risposto ad alcune domande per Dental Tribune Italia.

» pagina 2

AD

RIMINI
PAV. C1, NR. 093

NTI C·E·O Set
Composite Easy Obturation

REF Set-1934

La soluzione completa
per lavorazioni di otturazioni occlusali

- Più veloce – più sicuro – ergonomico
  Meno stress per il paziente
- La punta passiva dello NTI InPrep impedisce la penetrazione nella camera pulpare.
- Posizione a 0° dello strumento NTI LazyBur durante la sagomatura di otturazioni in composito.

NTI New Technology Instruments

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

AD

Ritorno al futuro, un augurio e un auspicio

Intervista al Presidente UNIDI, dott. Gianfranco Berrutti

Dott. Berrutti, due anni alla presidenza di UNIDI, due anni tutt'altro che facili. Partiamo proprio dallo slogan scelto per l'edizione di quest'anno: "Ritorno al futuro". Ci può illustrare meglio il significato che vuole trasmettere per l'intera filiera dentale? Cosa significa ripartenza per il settore dentale sconvolto dalla crisi pandemica e da quella economica?

Sono stati due anni complessi e oggi, ad aggravare la già precaria stabilità mondiale, interviene anche il conflitto in Ucraina che ci riguarda molto da vicino per le varie implicazioni commerciali e politiche, per non parlare dei problemi di sicurezza. Expodental Meeting 2022 rappresenta, quindi, una sfida e ritorno al futuro il nostro obiettivo, a quello che sembrava il nostro futuro nel 2019 con tassi di crescita di mercato e manifestazione a doppia cifra. Expodental Meeting è già stata la prima manifestazione del dentale che ha rotto il lockdown ed è stata organizzata in presenza nel 2021 con risultati davvero incoraggianti e una risposta entusiasta, seppur contenuta, di aziende e pubblico. Ritorno al futuro rappresenta, quindi, un augurio e un auspicio.

Il suo è un punto di vista privilegiato sul fronte italiano ma anche europeo per quanto riguarda l'industria dentale: può dirci come sta reagendo alla luce dell'attuale crisi nel reperimento delle materie prime?

Il nostro settore comprende tantissime e diverse realtà produttive per cui diventa difficile rispondere alla sua domanda. Sappiamo dagli economisti e dagli studiosi di politica estera che le ripercussioni più importanti generate dal conflitto in corso faranno sentire appieno il loro effetto solo tra qualche mese. Sono certo che l'industria saprà adeguare i suoi comportamenti mettendo in campo tutti gli sforzi possibili per evitare che gli aumenti dei costi si ripercuotano sui suoi clienti e quindi sugli utenti finali.

Molte novità in questa edizione di Expodental Meeting 2022 tra le quali l'Area Expo3D con il Digital Dental Theatre, format innovativo già presentato nel 2021 e quest'anno ulteriormente ampliato. Qual è il ruolo del digitale in questo slancio verso il futuro e la ripartenza?

Siamo molto fieri dell'area Expo3D e del Digital Dental Theatre, l'evento completo sull'odontoiatria digitale. Siamo convinti da tempo che il digitale rappresenti un obiettivo strategico del nostro futuro e al tempo stesso una sfida. I due anni di pandemia, poi, ci hanno permesso di apprezzare ancora di più tanti strumenti digitali fino a quel momento poco usati. Immaginiamo da sempre un futuro che coniughi digitale e analogico per favorire il progresso sociale e economico. Sono personalmente convinto che la fiera fisica non potrà mai essere soppiantata da un incontro virtuale, ma non posso che apprezzare quanto il digitale contribuisca al nostro benessere e al nostro progresso.

Importante il coinvolgimento di tutti i protagonisti della filiera come traspare dalla novità del Tecnodental Forum dedicato agli odontotecnici. Una sua opinione in merito al team e al ruolo del gioco di squadra per un vero rilancio.

Expodental Meeting lavora da sempre per rispondere alle esigenze di tutti gli attori della filiera e ha costantemente dimostrato grande attenzione verso i diversi professionisti collaborando con tutte le società scientifiche e le organizzazioni che le rappresentano. Da tempo ormai la nostra manifestazione ospita eventi dedicati agli odontotecnici, contrassegnati dal logo Tecnodental. Tecnodental FORUM rappresenta, quindi, una scelta obbligata per soddisfare questa mission.

Sono assolutamente convinto che solo lavorando tutti verso lo stesso obiettivo potremo raggiungere i migliori risultati. Mi piace citare la formula 1+1=3, tanto cara ai pubblicitari e adesso adottata in tanti campi, incredibilmente chiara nella sua metafora.

Carola Murari

Andiamo in fiera o non ci andiamo? Niente uccide più dell'immobilismo

Anche quest'anno Expodental Meeting gioca a Rimini il suo ruolo di primo piano che, come il Ponte San Giorgio (il nuovo ponte di Genova), mette in collegamento l'opportunità di crescita e di sviluppo con i professionisti per cercare così di rappresentare, nel post Covid-19, un hub innovativo non solo fisico, ma anche digitale.

La sfida per tutti è esserci per cogliere l'avvenuta coniugazione al digitale del settore; digitale che, però, non può essere considerato completamente sostitutivo della presenza fisica semplicemente perché resta ad essa complementare, per quanto assuma un ruolo sempre più importante.

È quindi evidente che Expodental Meeting, che nel post-pandemia si è evoluta per rappresentare una nuova realtà tra le varie manifestazioni sia nelle dimensioni che nei propositi, ha un preciso scopo: trovarsi in sintonia con l'attuale modo di pensare degli odontoiatri e degli odontotecnici.

Infatti, nel post-pandemia, è oramai più che sufficientemente dimostrato che si è evoluta la realtà per l'industria e la distribuzione di presentarsi agli operatori del settore; non solo, questa nuova realtà è destinata a evolversi ulteriormente, presentando nuove sfide per la comunità espositiva che non risponde quasi più alle vecchie regole di sponsorizzazione.

Le motivazioni che ognuno di noi ha, quindi, per partecipare a Expodental Meeting sono focalizzate su strategie che hanno un ritorno percepito necessariamente più elevato rispetto al passato.

Cambiano le strategie, ma cambiano anche le tattiche e nessuno più può temporeggiare, come faceva Quinto Fabio Massimo, per prendere le proprie decisioni che devono assolutamente ed esclusivamente essere in linea con le proprie priorità aziendali, professionali o artigianali e che potrebbero anche cambiare in tempi relativamente brevi sotto l'effetto degli avvenimenti a livello macro, piuttosto che dei fattori competitivi a livello micro.

Tradotto in soldoni: dopo due anni di pandemia, non abbiamo fatto in tempo a riportarci al livello di PIL programmato con il PNRR che la guerra in Ucraina ci ha riportarti a rivalutare le stime di crescita, a tenere d'occhio l'inflazione e a fare i conti con la penuria di materie prime che per noi è rappresentata da semiconduttori, schede elettroniche, alluminio, terre rare, cosa che si ripercuote sui prezzi e sulle consegne di attrezzature di pregio.

Gli incentivi, sia a livello di bonus fiscali che di investimenti a fondo perduto (e qui valga per tutti solo il Fondo Impresa al Femminile) non mancano, ma bisogna sapersi programmare per tempo, sempre e solo su progetti di proprio reale interesse, con il preciso scopo di realizzarli prima del "game over".

Ebbene sì, anche i termini di consegna sono diventati un rischio perché si sono allungati e potrebbero non farci accedere a dei benefici ai quali potremmo avremmo diritto per l'incombenza del "game over" per cui e per esempio, oggi ci potrebbe anche capitare di ordinare un'attrezzatura a Expodental Meeting per vederne la consegna solo tra la fine di Luglio ed i primi di Settembre 2022. Figuriamoci, a bocce ferme, cosa significherebbe ordinare un'attrezzatura a fine Settembre per disporne entro il 2022. Mission quasi impossible che diventa una vera e propria mission impossible per il 2022 quando il commercialista a fine Novembre consiglierà di acquistare qualcosa – qualsiasi cosa – purché l'installazione avvenga entro la fine dell'esercizio in corso.

Ecco perché, oggi più che mai, ha un senso andare a Expodental Meeting 2022, così come - conseguentemente - ha un senso sostenere che niente uccide più dell'immobilismo.

Maurizio dr Quaranta
Advisor Adde

AD

HeyGears | EXPO DENTAL MEETING

The Next Step In Dentistry

INFORMATION

Hall - C1
Booth - 027

DATE

19 - 21
May 2022

ADDRESS

Fiera di Rimini
South Entrance
Rimini

Contact the HeyGears team to learn more:

www.heygears.com sales@heygears.com +44 148-396-8549 (Europe)

USA: 17931 Sky Park Circle, Suite E, Irvine, CA, 92614

Follow us @HeyGears

AD

Il mercato dentale riparte nel post Covid e si consolida nel primo trimestre 2022, ora si guarda al futuro

today

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
Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig, Germany
Tel.: +49 341 4847 4302 | Fax: +49 341 4847 4173
General requests: info@dental-tribune.com
Sales requests: mediasales@dental-tribune.com
www.dental-tribune.com

Today will appear at Expodental Meeting 2022, Rimini, Italy.
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. © 2022 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.

Supplemento n. 2 di
DENTAL TRIBUNE Italian Edition
anno XVIII n. 5
Anno XVII n. 1 - Maggio 2022

Redazione italiana:
Tueor Servizi Srl
[redazione@tueorservizi.it]
Stampa:
Reggiani Print S.r.l
Via D. Alighieri 50
21010 Brezzo di Bedero (VA)
Pubblicità:
Tueor Servizi Srl
[segreteria@tueorservizi.it]
Alessia Murari
[alessia.murari@tueorservizi.it]

Il magazine e tutti gli articoli e le illustrazioni sono protetti da copyright. Qualsiasi utilizzo senza previo consenso del curatore o del'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.

FSC www.fsc.org MISTO Carta da fonti gestite in maniera responsabile FSC® C102788

dti Dental Tribune International

Nonostante l'economia del Paese stia vivendo una nuova fase di debolezza, soprattutto a causa della grave situazione geopolitica dopo due anni catastrofici e un futuro incerto, il settore dentale sta momentaneamente consolidando una piccola crescita in quello che è il segmento chiave dell'economia di settore, ossia i prodotti di consumo dei dentisti, in particolare quelli destinati ai procedimenti clinici, come i materiali di ricostruzione, endodonzia, chirurgia, cementazione, eccetera, escludendo quindi tutti quei materiali e dispositivi il cui incremento delle vendite è dovuto alla necessità di riduzione del potenziale contagio da coronavirus (come DPI, disinfettanti e monouso in generale). Un segmento che, a onore del vero, cresce in parte anche a causa di un certo aumento dei prezzi, coerentemente con quanto sta avvenendo con il rincaro alla fonte di molte materie prime ma che, in ogni caso, ha vissuto senza alcun dubbio un ciclo espansivo nel post Covid-19, la cui durata è però ancora incognita.

Iniziamo ad analizzare il solo risultato del primo trimestre 2022, comparandolo con i primi trimestri dei tre anni precedenti. Come si può osservare nel Grafico 1, nel primo trimestre 2022 si è consolidato il fatturato a valore del 2021, con un fatturato del panel di distributori aderenti al progetto di misurazione (che pesano circa il 70% del business complessivo) di circa 51 milioni, praticamente lo stesso dei primi tre mesi dell'anno precedente. Considerando le stesse famiglie di prodotti, tale fatturato, prima della pandemia, si attestava poco sotto i 50 milioni. Possiamo quindi affermare che l'apparente straordinario recupero del 2021 è in realtà un ritorno ai vecchi valori, rinforzato da un aumento dei prezzi che Key-Stone ha stimato nel 2021 intorno al 3% per quanto riguarda le famiglie di prodotto del segmento in analisi.

L'osservazione del trend mensile offre un punto di riferimento aggiuntivo poiché, a causa del picco di diffusione di Omicron nelle prime settimane del 2022, si è assistito a un calo dei consumi abbastanza evidente, compensato dall'ottimo andamento del mese di marzo. Non va però dimenticato che nella terza settimana di gennaio di quest'anno oltre 2,7 milioni risultavano contagiati (picco del 23 di gennaio) e una decina di milioni di persone si trovavano in isolamento, con una improvvisa congiuntura negativa dovuta ai minori accessi agli studi dentistici, prontamente recuperata nel giro di qualche settimana.

Passiamo ora a una visione di più ampio respiro, osservando l'andamento dei consumi di questi materiali a partire dal 2019, un anno che viene utilizzato come "base fissa" per analizzare il recupero effettivo dei consumi dei dentisti italiani.

Facciamo però una premessa. Fin dalla crisi del 2008-2013, il settore dentale italiano risente ed è influenzato dall'andamento dell'economia generale del Paese, nonché dal clima di fiducia (o di sfiducia) dei cittadini e delle imprese, e anche il comparto dentale ha registrato flessioni negative e successivi cicli espansivi proprio a causa delle complesse dinamiche e congiunture che abbiamo dovuto affrontare negli ultimi anni.

Analizzando l'ultimo biennio, il periodo di Lockdown, nell'ormai lontano 2020, dovuto alla pandemia da Covid-19, aveva di fatto bloccato il comparto per alcuni mesi, in termini di consumi e investimenti degli studi dentistici e dei laboratori, ma il settore si era prontamente ripreso e nel corso del 2021 ha recuperato i valori dell'anno precedente per la maggior parte delle famiglie di prodotto.

Ma la forte ripresa del 2021 è da considerarsi una sorta di "rimbalzo fisiologico" dopo un anno di rallentamento. Se si considera, infatti, assolutamente normale il rimbalzo tecnico vissuto nel 2020 dopo il periodo di confinamento, dal momento che sono state riprese le cure già in corso e interrotte, è altrettanto logico pensare che, dopo un prolungato periodo di rinvio delle cure odontoiatriche, certamente avvenuto per una parte importante di famiglie durante un periodo prolungato, è quasi fisiologico prevedere una successiva ondata positiva nella domanda di prestazioni e, conseguentemente, negli acquisti di prodotti dentali per procedure cliniche.

È una situazione che abbiamo già sperimentato tra il 2014 e il 2015, nel periodo successivo alla grave crisi che ha colpito il settore dentale tra il 2011 e il 2013. Più persiste la fase di rinvio delle terapie, più ampio sarà il periodo di rimbalzo positivo. In questo caso lo chiamiamo fisiologico, poiché viene progressivamente determinato in base al tempo di ripresa economica e all'incertezza delle diverse fasce della popolazione.

Sebbene non sia possibile fare previsioni accurate sulla fine della situazione pandemica, viste le proiezioni macroeconomiche non propriamente ottimistiche, da un lato, e l'indispensabilità delle cure odontoiatriche dall'altro, si potrebbe ipotizzare che questa fase di ripresa fisiologica possa proseguire per ancora almeno un anno.

Anche se, indubbiamente, la gravissima e recente situazione geopolitica non consente di effettuare previsioni sino a quando non sarà possibile inquadrare lo scenario complessivo dal punto di vista politico ed economico, con una prospettiva che, volendo rimanere ottimisti, porta a ipotizzare una grave crisi negli approvvigionamenti energetici e una fortissima fase inflattiva.

Ma l'attuale situazione geopolitica non sta ancora evidenziando effetti sulla domanda e, per lo meno fino al primo trimestre 2022, non si rilevano situazioni particolarmente critiche, come si può osservare dal Grafico 2. A partire dal mese di maggio 2021 i consumi dei dentisti italiani si sono assestati a poco meno di un 5% rispetto al 2019 e, fatto salvo minicicli della durata di poche settimane, al momento la situazione può considerarsi stabile e di consolidamento.

Ricordiamo ancora una volta che parte di questo consolidamento potrebbe essere dovuto a un leggero aumento dei prezzi. Per questo motivo Key-Stone sta monitorando la variazione dei costi dei prodotti e nelle prossime settimane svolgerà una analisi non solo dei valori bensì dei volumi in modo da fornire una panoramica più ampia sulle dinamiche del business nelle principali discipline.

In conclusione, non vi sono evidenze per ritenere che la domanda di servizi nella fase post-Covid – e per post-Covid si intende nel momento in cui si raggiunge una fase endemica, forse dal 2024/2025 - potrebbe essere superiore o inferiore a quanto esisteva fino al 2019. Nonostante il mix di prestazioni stia indubbiamente andando verso un aumento delle esigenze estetiche vs quelle riabilitative e, da un punto di vista della modalità economica, stia aumentando il peso dell'intermediato (fondi e assicurazioni) rispetto alla solvenza diretta.

Roberto Rosso – Key-Stone
www.key-stone.it
www.dentalmonitor.com

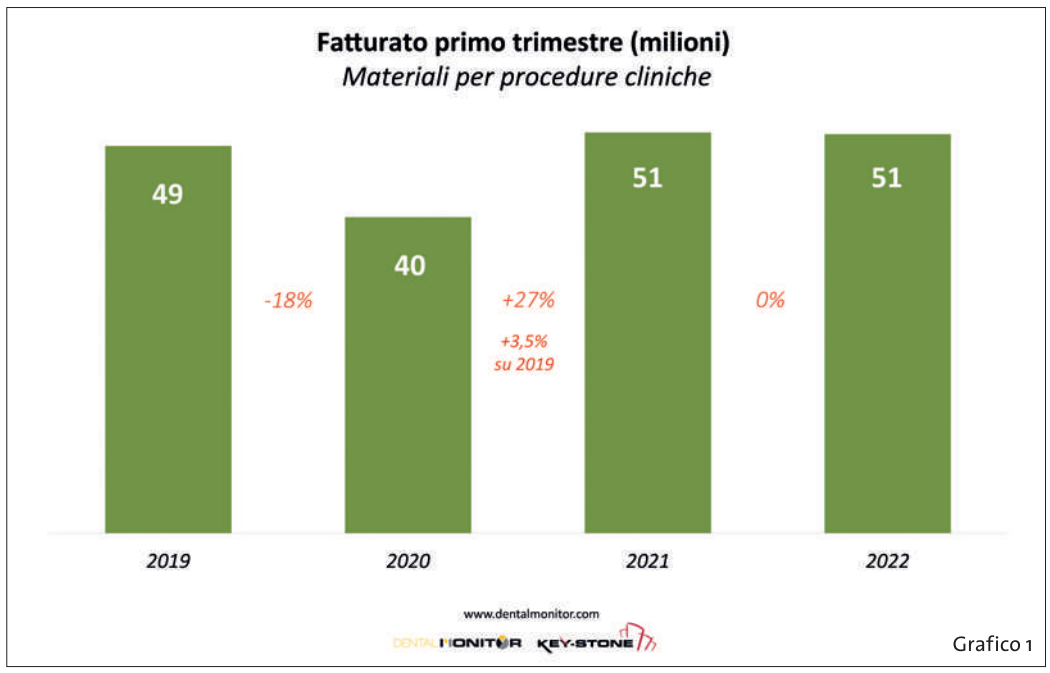


Grafico 1

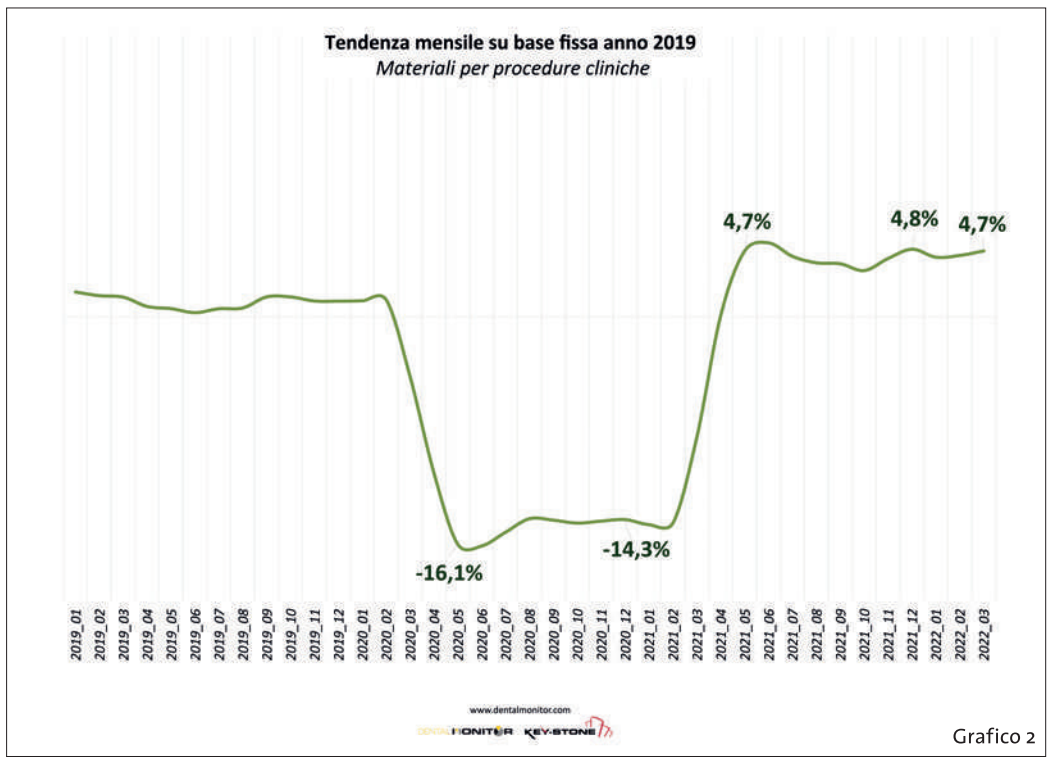
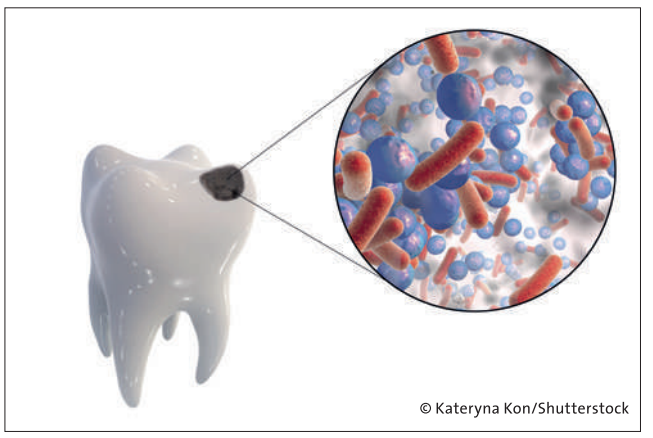


Grafico 2

Si può crescere senza carie a costo zero o con pochi centesimi al giorno

La carie è la 2ª più frequente malattia al mondo, dopo il raffreddore. Ma naturalmente si nasce senza carie, senza denti e senza batteri. Questa situazione privilegiata dura però poche ore, dopodiché la cavità orale, sterile solo alla nascita, si popola di batteri e virus, soprattutto acquisiti dalle goccioline della saliva e del respiro della mamma nonché di tutti i care givers. Per cui è molto importante curare la salute orale della donna in gravidanza, anche per prevenire parti prematuri e complicanze. La gioia che accompagna ogni lieto evento si associa al desiderio di vezzeggiare il nascituro, ovviamente senza considerare che ogni situazione di prossimità, oltre all'affetto, può comunicare anche aerosol contaminato. L'uso della mascherina in questo periodo può avere limitato tale conseguenza. In casa però si tende a non usarla. I bambini al di sotto dei 5 anni raramente indossano la mascherina e non ricevono ancora il vaccino.

Secondo i dati dell'agenzia Ansa Salute, citando il report dell'Istituto Superiore di Sanità: «Appare stabile il tasso di ospedalizzazione dei malati di Covid in tutte le fasce di età ad eccezione di quella sotto i 5 anni dove risulta in aumento». Oltre a istruire i bambini nel lavare frequentemente le mani, a questa importante pratica si potrebbe aggiungere un'azione di detersione delle possibili fonti di contagio, sia del Covid che di tante malattie trasmissibili con secrezioni contaminate da occhi, naso e bocca. In base alle linee guida del Ministero della Salute per la Prevenzione in età infantile, emanate nel 2008 e aggiornate al 2013, dopo ogni poppata si dovrebbero detergere le mucose del neonato con una garza bagnata di soluzione fisiologica. Viceversa, secondo statistiche italiane recenti, il 50% dei genitori aspetta l'anno di età per cominciare a pulire i dentini del proprio bimbo. Di conseguenza non meraviglia che la prevalenza della carie dentale sia in aumento proprio in Italia, secondo recenti dati epidemiologici che rilevano come aumenti significativamente con l'età, passando dal 2,9% dei bambini 0 a 23 mesi, al 6,2% dei bambini dai 2 ai 4 anni, per superare 14% dei bambini dai 4 ai 7 anni di età. A 12 anni la prevalenza supera il 40%. In tutto il mondo, la carie continua ad essere la singola malattia cronica più comune dell'infanzia eppure è una condizione infettiva reversibile e soprattutto assolutamente prevenibile. Basterebbe insegnare alle mamme e ai care givers a strofinare delicatamente gengive e mucose ad esempio con tessuto non tessuto anche solo imbevuto di acqua e soluzione salina. Questa raccomandazione si associa a sicuri benefici, in assenza di controindicazioni. Certamente avrebbe un effetto positivo non solo nel ridurre carie dentali, ma anche nel limitare raffreddori, influenze e tutte le malattie trasmissibili tramite le goccioline dell'aerosol. Verosimilmente anche i contagi da Coronavirus che è un virus respiratorio, che si diffonde principalmente attraverso le goccioline del respiro e della saliva. Presso il reparto di Microbiologia dell'Università di Ferrara diretto dalla Professoressa E. Caselli, sono stati studi condotti e pubblicati studi in vitro, finanziati dalla Fondazione Elisabetta Sgarbi, per valutare l'efficacia di un'azione di strofinamento e di conseguenza ottenere la plausibilità biologica di tale metodo: anche le salviette imbevute di soluzione fisiologica (disponibili sul mercato anche in confezioni monouso al costo di pochi centesimi di euro) erano in grado di rimuovere il Coronavirus dalle superfici dei denti estratti e contaminati in vitro, semplicemente strofinando per 30 secondi. Quelle imbevute di clorexidina allo 0,12% (disponibili sul mercato anche in confezioni monouso, sempre al costo di pochi centesimi) anche lo inattivano nello stesso lasso di tempo. Inoltre, la Fondazione Elisabetta Sgarbi ha conferito la borsa di studio / Premio alla cultura "L'importanza della salute orale per la salute generale" a un ricercatore del reparto di Microbiologia dell'Università di Ferrara. Sembrerebbe molto semplice strofinare via virus e batteri da occhi, naso e bocca con un tessuto umido, anche senza prodotti chimici, per cui è al di fuori delle logiche di profitto! È necessario eseguire manovre di sfregamento, uno sciacquo con collutorio non rimuove il biofilm batterico adeso alle superfici dure della cavità orale (denti, apparecchi ortodontici e manufatti protesici). Principio avvalorato dalla letteratura scientifica.

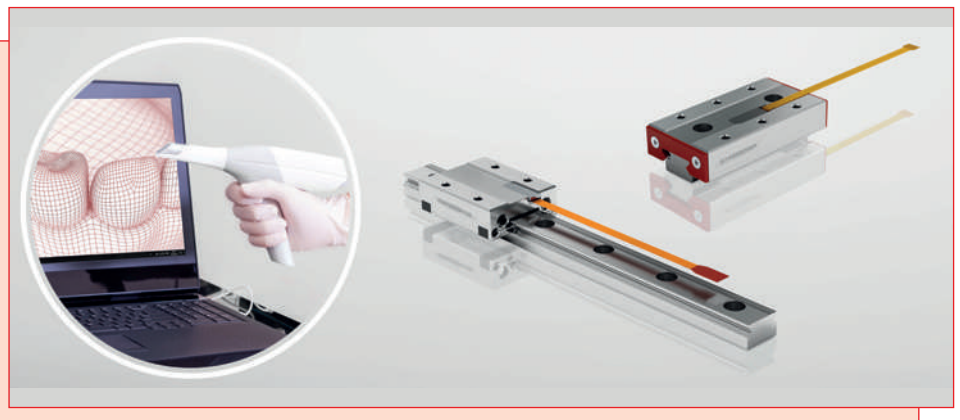

© Kateryna Kon/Shutterstock

La salute orale è estremamente importante, soprattutto impatta su quella generale e andrebbe tutelata fin dalla nascita.

Dott.ssa Marisa Roncati
Laureata in Odontoiatria e Protesi Dentaria
presso l'Università di Ferrara

Prodotto unico: 2-in-1 guida e misurazione in uno spazio ridotto

Perfetto per tutte le applicazioni in ambito medicale.


Le guide lineari profilate con sistema di posizionamento integrato per la misurazione della distanza sviluppate da SCHNEEBERGER.

SCHNEEBERGER sarà presente all'Expodental di Rimini dove presenterà una delle più innovative famiglie di prodotti per l'industria dentale.

Con lo sviluppo di un sistema di posizionamento integrato, SCHNEEBERGER risponde a tutte le esigenze dei clienti per quanto riguarda la miniaturizzazione per installazione in spazi ridotti, alta rigidità e prestazioni insuperabili.

Questi prodotti sono perfetti per ogni applicazione in ambito medicale, per esempio utilizzati negli scanner dentali.

Affidabili e accurati, i prodotti "Scale", permettono una misura direttamente durante il processo di lavorazione, riducendo significativamente l'errore di Abbe. Il design compatto con il sensore di posizione integrato assicura un'alta scorrevolezza e un processo assolutamente preciso e affidabile.

Un altro vantaggio per il cliente è il ridotto sforzo per la progettazione e per il montaggio, la calibrazione non è più necessaria come invece avviene con sistemi di misurazione a distanza. I prodotti "Scale" sono forniti pronti per essere facilmente installati. Queste caratteristiche rendono un sensore ottico per la misurazione integrata il perfetto partner per l'industria medicale e biomedicale.

Leader nell'innovazione, SCHNEEBERGER sviluppa le migliori soluzioni in collaborazione con il cliente. Se per esempio la guida e il sistema di misurazione a distanza creano problemi di spazio nelle apparecchiature, i prodotti "Scale" sono la soluzione, flessibili e customizzabili. L'impossibile diventa possibile.

Da 99 anni la nostra azienda fornisce prodotti di altissima qualità per tutte le movimentazioni lineari, ed è il tuo partner ideale dal concept, durante la progettazione e l'implementazione e oltre.

SCHNEEBERGER collabora in tutto il mondo con rinomati OEM dei settori più diversi – dall'industria di macchine utensili a quella dell'energia solare, dei semiconduttori e di elettronica, tecnologia medica e tanti altri. La sua gamma di prodotti include, oltre a guide lineari e guide profilate, sistemi di misurazione, cremagliere, tavole lineari, sistemi di posizionamento, ghisa minerale e viti a ricircolo di sfere.

SCHNEEBERGER AG
LINEARTECHNIK
www.schneeberger.com
Padiglione A2 Stand 5

AD

Nuovi trend del cittadino paziente ed evoluzione dello studio odontoiatrico

Recentemente ho partecipato a un webinar dedicato alle aziende che operano nel turismo promosso dalla Regione Piemonte. Ritengo che le analisi riguardanti i trend dei cittadini consumatori di servizi a livello mondiale possano essere di utilità generale per tutti, in particolare per aziende e liberi professionisti che operano nel settore della salute. Si è partiti con il fare il punto, preciso qualche giorno prima che scoppiasse la guerra in Ucraina, su cosa "ci siamo lasciati" a fine 2021.

I trend delle persone degli ultimi 3 anni sono stati caratterizzati da alcuni concetti radicati in tutti quali: una società ecosostenibile e il benessere, inteso come salute collegata alla scienza e alla tecnologia a cui si è stati disponibili a dare più credito. Altri fenomeni, che oggi evidenziano segni di flessione, sono stati l'esplosione, per una gran parte delle comunità e del mondo, dei social e, l'accesso, ancora per pochi, a nuovi tipi di moneta.

A partire già dall'inizio di quest'anno si evidenzia che i sentimenti più comuni nella popolazione sono la "hidden dimension" ovvero un diffuso desiderio di dimensione intima, riservata, esclusiva, quasi segreta e la "healthy reconnections", dove la salute coincide con il benessere, inteso come serenità, equilibrio, pace interiore, connessione emozionale e consapevolezza. Il Benessere non è più un settore ma una nuova dimensione della qualità, dell'accettazione di sé ma anche dell'ambizione di vedersi meglio, di stare meglio. Questo per combattere il senso di languore e stagnazione in cui ci si trascina da oltre due anni, in una situazione in cui sopravvive al malessere solo chi non si concepisce più come "io sono", ma "io divento" e meglio ancora "io voglio diventare". Questo sentimento permette di decidere e prendere in mano la propria salute fisica e psichica, le proprie relazioni, gli stili di vita e il proprio aspetto fisico anche nell'incertezza più generale. Vince chi si inventa. Noi in primis, quello che offriamo ai clienti e a maggior ragione molto da offrire ai pazienti, in uno studio che certamente dovrà prendersi carico del loro benessere a 360° e collaborare con altri professionisti sanitari.

La dimensione dell'ascolto, dell'accoglienza, dell'empatia e della diagnosi, oggi più che mai, saranno gli ingredienti vincenti dello studio. E ancora contribuiranno anche la struttura architettonica dello studio stesso, i colori, il comfort e un team molto preparato ad accogliere un paziente repentinamente cambiato.

Patrizia Gatto

AD

ceramill® DRS
DIRECT RESTORATION SOLUTION

AMANNGIRRBACH

NUOVO. DIGITALE. INSIEME.

La nuova dimensione dell'odontoiatria
unificata tra il laboratorio e la pratica.

AG.LIVE PORTAL
CONDIVISIONE DEI CASI

DRS CONNECTION KIT

Scanner intraorale, software e condivisione dei casi clinici su AG.Live per offrire "Same day dentistry".

DRS PRODUCTION KIT

Fino ai ponti di 3 elementi realizzabili direttamente in studio nell'arco di un'unica seduta.

DRS HIGH-SPEED ZIRCONIA KIT

Sinterizzazione della zirconia in soli 20 minuti con 16 colori VITA perfettamente corrispondenti.

AD

amanngirrbach.com/it/ceramill-drs

Amann Girrbach AG
Tel +43 5523 62333-105
www.amanngirrbach.com

Professione, congiuntura e sviluppo della tecnologia digitale

Andi presenta all'Expodental di Rimini Mind, un software gestionale di ultima generazione. Intervista al Presidente Carlo Ghirlanda

La professione sta superando una crisi importante? All'Expodental di Rimini presenterete la Congiunturale relativa al 2021.

Abbiamo un centro studi importante. La nostra metodologia di approccio statistico è tale per essere di lettura universale e non solo per i soci Andi. La professione ha mostrato negli ultimi anni una progressiva flessione in termini di reddito. Oggi stiamo risalendo e tornando ai livelli del 2014: siamo tornati a circa 7,5 miliardi di fatturato, considerando che prima di tale periodo si era arrivati a sfiorare quasi i 10 miliardi di euro. La professione è stata in grado di reagire durante la pandemia e ora è in atto una modifica del modello e si sta andando verso forme di associazione e societarie, in particolare le STP, che giudichiamo la miglior formula, oltre 3.000 nell'odontoiatria. Sono inoltre in miglioramento gli skill e a tutto questo bisogna guardare con interesse nell'ottica e a beneficio del patto generazionale e del miglioramento delle performance dello studio soprattutto organizzative.

Noi crediamo di poter dare una mano, in questo ultimo senso, con un nuovo software gestionale da noi creato, Mind, che presentiamo in questi giorni presso il nostro stand all'Expodental di Rimini.

Mind, di cosa si tratta?

Di un vero e proprio assistente virtuale, che sostituisce alcune funzioni attualmente svolte dalle nostre segreterie, in modo impeccabile a vantaggio della relazione con i nostri pazienti, eliminando delle pesantezze per il dentista e migliorando l'efficienza.

Mind, questo nuovissimo software da chi è sviluppato?

Abbiamo creato una società che si chiama Andi Lab, al 51% di proprietà di Andi e al 49% della software house, con cui abbiamo creato alcuni anni fa la piattaforma Brian, su cui ho puntato sin dall'inizio del mio mandato, uscita prima della pandemia e risultata poi un collante nel periodo del lock-down: in un mese di serrata abbiamo erogato oltre 30.000 corsi ecm. Ora usciamo con Mind, un software gestionale per lo studio.

È necessario uno sviluppo informatico-digitale utilizzando l'intelligenza artificiale e nel caso specifico intendiamo con Mind migliorare la relazione con il paziente, semplificare la vita del dentista, creando delle attività generate spontaneamente dal software, ottimizzando sin dal mattino la giornata del dentista e sostenendo tutti i componenti del team. Sono certo che avrà una buona accoglienza. Altrettanto è stato fatto dall'Enpam che ha una piattaforma che si chiama Tech to Doc, più generalista e legata a tutta la medicina, nella quale sono aggiornate tutte le tecnologie digitali, di AI: il prototipo del governo di questo tipo di percorsi. Stiamo ora lavorando e siamo prossima all'uscita di un software per il governo degli eventi avversi dei dispositivi medici.

Tutte cose che abbiamo visto e studiato per tempo, attivandoci e dove dire che in questo mio mandato l'associazione è riuscita a pilotare i cambiamenti e avere anche quella tranquillità economica che consente di fare gli investimenti, che poi sono a tutto favore dei nostri associati. Oggi Andi è arrivata a quasi 27.000 iscritti. Puntiamo nel prossimo mandato a 30.000.

In riferimento al rapporto scienza e tecnologia alcuni evidenziano i vantaggi e i rischi. Come si può concretamente governare il processo digitale, come nel caso di Mind?

Noi siamo convinti sin dall'inizio che la crescita dell'intelligenza artificiale debba essere governata. Mind ad esempio è un software che può fare tutto, potenzialmente anche diagnosi senza necessità di un operatore medico. Proprio per questo noi abbiamo voluto acquistare la tecnologia che sta dietro questo sistema, perché vogliamo governarla e riteniamo che l'intelligenza umana debba prevalere, avendo la responsabilità di dire e di fare rispetto a quello che la macchina potenzialmente potrebbe fare. Non deve essere lasciata libera di evolversi, come altri auspicano.

Mind in odontoiatria e Tech to doc per tutta la medicina, segneranno un processo evolutivo razionale e prudente: sempre sotto controllo da parte di chi deve esercitare un filtro.

Torniamo alla segreteria. Quale sarà in queste ottiche digitali il suo ruolo?

La dobbiamo rendere più efficiente e favorire la relazione con le altri componenti del team e soprattutto con il paziente, rapporto che si crea ogni giorno e non solo quando viene nello studio. Questo prodotto che abbiamo realizzato è in grado di generare un miglior rapporto tra dentista, struttura e superare con il paziente anche problematica e incomprensioni. Questo è un mezzo che consente di mantenere una visione "dritta", migliorare le performance in termini di risultato e gestione. Senza nulla togliere agli addetti di segreteria: noi riteniamo di avere del personale straordinario che non si è mai tirato indietro, neanche nel corso della pandemia.

Questo sistema, come altri, intende andare nella direzione di creare più efficienza e consentire la crescita delle performance e di controllo. Per esempio genera il consenso informato, che poi con un pin del paziente sarà validato. Con lo stesso pin potrà ricevere la documentazione.

Squadra del dentale e libertà della professione. Come sta funzionando il rapporto con le istituzioni?

Massimo rispetto per le istituzioni, ma c'è un dialogo e un confronto serrato. Pensiamo che a livello istituzionale siamo rappresentanti dalla Cao e dall'Ordine, che sono un organo istituzionale. Abbiamo un ottimo rapporto dialettico con il Presidente della Cao Iandolo e il Presidente della FNOCEO Anelli. Così come abbiamo un confronto continuo con L'Università e il presidente del Collegio dei Docenti, il Prof. Di Lenarda, un uomo molto moderno, sui temi della Laurea abilitante e della formazione dei futuri professionisti.

Come evolve il rapporto con le altre categorie mediche?

I medici non conoscono bene il mondo dell'odontoiatria: sta a noi colmare questo gap. In questo momento si sta capendo che gli odontoiatri hanno delle esperienze che altri medici non hanno, in particolare dell'impatto del commerciale nella medicina e dei grandi provider di sanità integrativa, una sanità sempre più caratterizzata dal privato rispetto quello che era la sanità precedente. Qualche segnale di sofferenza cominciano ad averlo. Le soluzioni probabilmente noi ce le abbiamo già, perché abbiamo fatto tanti studi in questo settore. È giunto il tempo, come ribadito qualche giorno fa al Ministro Speranza, che odontoiatri e medici governino per se stessi senza essere lasciati sempre solo in balia degli amministrativi o dei politici.

Leggi l'intervista completa a Carlo Ghirlanda sul Dental Tribune presente all'Expodental oppure sul sito Dental Tribune scansionando il QR code.

Patrizia Gatto

L'analisi del target dei pazienti risolve dubbi sull'accettazione dei preventivi

Intervista alla dott.ssa Maria Silvia Terrano, consulente Lessicom per gli studi odontoiatrici nell'area organizzazione e controllo gestione, relatrice a corsi e congressi nazionali.

Come vi organizzate dal punti di vista tecnico voi consulenti riguardo i preventivi non accettati?

Noi suggeriamo sempre per quanto riguarda il preventivo non ancora accettato di non lasciarlo in sospeso per troppo tempo. Si tratta di un limbo che non deve verificarsi: lo studio deve tutelarsi dal punto di vista clinico, perché ciò che si è proposto come piano di trattamento oggi non è assolutamente detto sia adeguato a distanza di un anno, ma anche dal punto di vista economico, perché nel frattempo lo studio potrebbe aver variato i prezzi nel corso dei mesi e il paziente non deve potersi aspettare qualcosa di invariato.

Ritiene che i pazienti dietro alle titubanze legate agli aspetti economici nascondano altre criticità?

A volte sì. Da un'analisi dettagliata che si può fare sul proprio portfolio pazienti, siamo in grado di capire e distinguere quali pazienti effettivamente non possano permettersi determinate cure da quelli che, conoscendo la loro professione, potrebbero accettare il preventivo ma per altre ragioni lo lasciano in sospeso. Talvolta di tratta di un problema di comunicazione.

A suo parere ritiene utile "smembrare" un preventivo proponendo uno step 1 di cure urgenti per poi proporre successivamente un step 2 di cure differibili?

Sicuramente è una tecnica corretta ma non per prendere in giro il paziente, al contrario per venirgli incontro risolvendo i problemi più urgenti e poi in un secondo momento curando anche gli aspetti estetici. Fondamentale la cura immediata della salute orale e su questo, per il bene del paziente, bisogna puntare a una accettazione del preventivo anche nella sua forma ridotta.

Patrizia Biancucci

Partecipa ai corsi della dott.ssa Maria Silvia Terrano

Giovedì 19 maggio h. 14.00 - 15.30
SALA BRUNELLESCHI
Padiglione C3

Venerdì 20 maggio h. 11.30 - 13.00
SALA GOLGI
Padiglione C1