



ΕΝΤΥΠΟ ΚΛΕΙΣΤΟ ΑΡ. ΑΔΕΙΑΣ 2054/2016 ΚΕΜΠ.ΑΘ.

DENTAL TRIBUNE

The World's Dental Newspaper | Greek Edition



ORTHO TRIBUNE

ΕΛΛΑΔΑ, ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ-ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ-ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2016

www.dental-tribune.gr



ΤΟΜΟΣ 12, ΤΕΥΧΟΣ 59

ORTHO TRIBUNE

The World's Orthodontic Newspaper | Greek Edition | Τόμος 4_Τεύχος 4

σελίδα 21 - 26

today

SHOW
PREVIEW

36^ο Πανελλήνιο Οδοντιατρικό Συνέδριο
10, 11, 12 Νοεμβρίου 2016 | Μέγαρο Μουσικής Αθηνών

σελίδα 27-30

36^ο Π.Ο.Σ 10-12 Νοεμβρίου 2016

Χαιρετισμός του Προέδρου της Ελληνικής Οδοντιατρικής Ομοσπονδίας κ. Αθανάσιου Κατσίκη



Βρισκόμαστε στις παραμονές της διεξαγωγής του 36ου Πανελλήνιου Οδοντιατρι-

κού Συνεδρίου και οι εξελίξεις των προετοιμασιών δείχνουν ότι οι προσδοκίες μας επαληθεύονται καθημερινά. Οδεύουμε προς ένα πράγματι υψηλών προδιαγραφών Συνέδριο, το οποίο, ως φαίνεται, θα αποτελέσει σταθμό στην ιστορία των Συνεδρίων.

Αισθάνομαι την ανάγκη

να επικοινωνήσω μαζί σας, προκειμένου να σας προσκαλέσω σ' αυτή τη γιορτή - όπως έχει εξελιχθεί το Π.Ο.Σ. - που θα μας δώσει ακόμα μια φορά την ευκαιρία να συναντηθούμε, φίλοι και συνάδελφοι, στους πολυτελείς χώρους του συνεδριακού κέντρου του Μεγάρου Μουσικής,

να αναθαρρήσουμε για λίγο, στο δύσκολο τοπίο που μας περιβάλλει, να πάρουμε δυνάμεις και να παρακολουθήσουμε από πολύ κοντά τα τελευταία επιτεύγματα της επιστήμης μας, με τις σύγχρονες μεθόδους παρουσίασης και διδασκαλίας.

σελίδα 27



κ. Σαμλόγλου

**Κύριε Σαμλόγλου εκ-
προσωπείτε ένα όμιλο
εταιρειών που η κύρια
εταιρεία Μωρίς Φαράτζη
έχει ιδρυθεί εδώ και 122
χρόνια. Πόσο βαριά είναι
η ιστορία της;**

Η ΜΩΡΙΣ ΦΑΡΑΤΖΗ
Α.Ε. οφείλει το όνομα στο
ιδρυτή της Μωρίς Ραφα-

έλ Φαράτζη που το 1894 άνοιξε το πρώτο κατάστημα οδοντιατρικών ειδών στην Ελλάδα, στο νομό Σερρών. Το 1914 ο Φαράτζη μεταφέρεται στην Αθήνα, όπου αρχίζει την εισαγωγή και διάθεση της ΚΟΛΥΝΟΣ, της πρώτης οδοντόπαστας που είδαν οι Έλληνες. Λίγο αργότερα εισάγει το εντομοαπωθητικό ΚΑΤΟΛ από την Ιαπωνία. Στη συνέχεια από την εμπορία περνάει στην παραγωγή της ΚΟΛΥΝΟΣ και του ΚΑΤΟΛ

σελίδα 4



A-dec 400

Σας ευχαριστούμε!

Η A-dec αφιερώνει χιλιάδες ώρες στη συνεργασία με οδοντιάτρους, βοηθούς οδοντιάτρων και ειδικούς ώστε να σχεδιάσει τα εργονομικότερα οδοντιατρικά μηχανήματα. Η δουλειά των κορυφαίων μηχανικών της A-dec και η υψηλή ποιότητα κατασκευής αποσκοπούν στη δική σας ικανοποίηση. Η επιβράβευση σας σημαίνει τα πάντα για εμάς και τα βραβεία Townie που απονέμονται από επιτροπή οδοντιάτρων μας δείχνουν ότι είμαστε στη σωστή κατεύθυνση.

a|dec
reliablecreativesolutions™



Καλύτερες έδρες
ασθενών

Καλύτερα
οδοντιατρικά
unit

Καλύτερα
καθίσματα
οδοντιάτρων

Καλύτεροι
οδοντιατρικοί
προβοήεις

SADENT

Tηλ: 211 10.22.900

www.sadent.com

info@sadent.com

Sadent Sa

Anthos A3 Premium edition & Ψηφιακή ακτινογραφία MyRay ZEN-X

Στην καλύτερη τιμή που έγινε **ΠΟΤΕ!**
ΜΟΝΟ για την Ελληνική αγορά *

anthos



Ηλεκτρικό Unit με

- ✓ Αερόφρενο στην ταμπλέτα Ιατρού
- ✓ Αερότορ με φως
- ✓ Ηλεκτρικό μικρο-μότορ LED νέας γενιάς (χωρίς καρβουνάκια)
- ✓ Αερο-υδροσύριγγα Anthos ανοξείδωτη
- ✓ Προβολέας Anthos αλογόνου 35.000 Lux ή FARO LED 35.000 Lux
- ✓ Έδρα με 6 μνήμες λειτουργίας
- ✓ Χειριστήριο Ιατρού με display ρύθμισης στροφών των κοπτικών
- ✓ Πλήρες χειριστήριο βοηθού 9 εντολών
- ✓ Κεφαλωτό διπλής άρθρωσης
- ✓ Σωλήνες χειρουργικής αναρρόφησης

Η προσφορά ισχύει έως τις 31/12/2016

myray



Zen-X

Κορυφαία ποιότητα εικόνας
με κωδικοποίηση 14bit,
που αποδίδει 16384 αποχρώσεις του γκρι



anthos
HELLAS

ΝΙΚ. ΣΑΡΜΑΣ Α.Ε.Β.Ε. 3^{ης} Σεπτεμβρίου 35, ΑΘΗΝΑ
Τηλ.: 210 5249261 | Fax: 210 5232537

E-mail: sales@anthoshellas.gr

SINADENT - Θεσσαλονίκη:

Βασίλης Καρακώστας, Σουμερνών 10

Τηλ.: 2310 212121 | E-mail: sinadent@otenet.gr

www.anthoshellas.gr

Τιμή προσφοράς: **10.900€ + ΦΠΑ**

* Η προσφορά αποτελεί μέρος προωθητικών ενεργειών του Ιταλικού κατασκευαστικού ομίλου ANTHOS, μόνο για την αγορά της Ελλάδας και κατ'εξαίρεση από τον Πανευρωπαϊκό της τιμο-κατάλογο

← DT σελίδα 1
(συνέχεια της συνέντευξης
του κ. Σαμψόγλου)

με εργοστάσιο στο Γαλάτσι. Από το 1942 η εταιρία συνεχίζει την πορεία της χωρίς τη συμμετοχή της οικογένειας Φαράτζη.

Τόσο μεγάλη ιστορία δεν πρέπει να αποτελεί βάρος, αλλά μεγάλη χαρά και εφελτήριο για κατάκτηση νέων υψηλότερων στόχων. Ταυτόχρονα αποτελεί και μεγάλη ευθύνη να κρατήσου-

με τις υπηρεσίες μας σε υψηλό επίπεδο για να μπορέσουμε να έχουμε ικανοποιημένους πελάτες. Ακόμα όμως μεγαλύτερη ευθύνη αισθανόμαστε για το προσωπικό μας, που αποκαλούμε συνεργάτες, με πολλούς από τους οποίους είμαστε μαζί για δεκαετίες.

Παρόλη την κρίση μπορούμε και συντηρούμε 50 οικογένειες με τις οποίες είμαστε ενωμένοι στα εύκολα και πολύ περισσό-

τερο στα δύσκολα χρόνια που ζούμε.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε έντονη κινητικότητα και αλλαγές στις εμπορικές εταιρείες του κλάδου. Ποια είναι η δική σας προσέγγιση στην νέα πραγματικότητα;

Όντως τα τελευταία χρόνια παρατηρείται κινητικότητα. Αυτό οφείλεται σε δύο λόγους:

- Ο πρώτος λόγος είναι η αλλαγή πολιτικής εκ μέρους των κατασκευαστών. Πολλά εργοστάσια είναι πολύ πιο απαιτητικά από ό,τι στο παρελθόν, θέλουν καλύτερη οργάνωση και γρήγορα αποτελέσματα. Θεωρούν ότι έχουν τα καλύτερα προϊόντα σαν να μην υπάρχουν ανταγωνιστές που έχουν εξίσου καλά προϊόντα και πολλές φορές καλύτερο marketing. Θέλουν μεγαλύτερα μερίδια αγοράς χωρίς να

είναι διατεθειμένοι να επενδύσουν και να δώσουν κίνητρα στον τοπικό συνεργάτη τους. Πολλοί βρίσκονται σε σύγχυση στο πως θα προσεγγίσουν μια αγορά σαν την Ελλάδα. Τα πολύ παλαιά χρόνια κατέτασσαν την Ελλάδα στις χώρες τις Μέσης Ανατολής. Μετά περάσαμε από τη φάση που ανήκαμε στις χώρες της Μεσογείου. Τώρα πια μας θεωρούν μέρος του ευρύτερου συνόλου των πρώην Ανατολικών χωρών μαζί με την Πολωνία, Τσεχία, Ουγγαρία, Σλοβακία κλπ. Αποτέλεσμα αυτών των αλλαγών είναι οι αλλαγές αντιπροσώπων ή η κατάργηση μοναδικών (αποκλειστικών) αντιπροσώπων. Βέβαια πολλές φορές αυτό δεν έχει αντίκτυπο στη μείωση των τιμών, γιατί ενώ μειώνονται τα περιθώρια των εμπόρων, αυξάνονται τα περιθώρια των κατασκευαστών.

- Ο δεύτερος λόγος της κινητικότητας είναι ότι μερικές εταιρείες βρέθηκαν απροετοίμαστες να αντιμετωπίσουν την λαίλαπα των αλλαγών που προκάλεσε η κρίση. Πιστεύω πως όλες σχεδόν οι εταιρείες του κλάδου, από το 2008 μέχρι το 2015, είχαμε μία πτώση των πωλήσεων της τάξης του 35%. Στα πρώτα χρόνια της κρίσης, για να επιβιώσουμε, έπρεπε να είμαστε πιο ρεαλιστές πρώτα με τους εαυτούς μας και μετά με τους συνεργάτες μας. Έπρεπε να συνειδητοποιήσουμε ότι αυτό που ζούσαμε δεν ήταν ένα άσχημο όνειρο όπου σύντομα θα τελείωνε, αλλά η άγρια και δύσκολη ΝΕΑ πραγματικότητα με πολλές οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις. Βέβαια στους δύσκολους καιρούς δημιουργούνται εκτός από τα προβλήματα και αρκετές ευκαιρίες. Αυτές τις ευκαιρίες προσπαθούμε να αξιοποιήσουμε με τα μέσα που διαθέτουμε.

Η δική μας προσέγγιση δεν έχει αλλάξει. Για εμάς προτεραιότητα είναι οι άνθρωποι και η σωστή και δίκαιη αξιοποίησή τους. Χρειάζονται και τα καλής ποιότητας προϊόντα, χρειάζεται και το marketing μα πάνω από όλα, ευτυχώς, μια εταιρεία είναι οι άνθρωποί της. Στους συνεργάτες μας πρέπει συνεχώς να επενδύουμε σε εκπαίδευση, ικανοποίηση και συνέπεια. Αυτά τα στοιχεία είναι που θα μας κάνουν καλύτερους και σωστούς επαγγελματίες.

Bien Air⁺
Dental

BORA LED & PRESTIGE LED ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΜΕ ΣΤΥΛ

Φανταστείτε απίστευτα ελαφριές χειρολαβές, εκλεπτυσμένες, αποδοτικές και συγχρόνως δυνατές!!!

Εμπνευσμένες από τις τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις η Bora και η Prestige BLACKLINE συνδυάζουν λαβές από ανθρακονήματα. Αυτές οι χειρολαβές είναι εξαιρετικά ελαφριές με αποτέλεσμα να είναι ευκολόχρηστες. Επιπλέον, τα ανθρακονήματα προσφέρουν ενισχυμένη αντοχή στη φθορά, τριβή, στρέψη & κρούση. Οι δύο ενιαίες BIEN-AIR φωτεινές ράβδοι κατανέμουν ιδανικά την ένταση του LED. Στην ουσία εξαλείφεται η σκιά. Διαχέοντας ένα φυσικό λευκό φως, παρόμοιο με το φως της ημέρας το LED έχει διάρκεια ζωής 10 φορές περισσότερο από τις παραδοσιακές λάμπες.

Η ισχυρή Bora και η μικροσκοπική Prestige με την μικρή διαμέτρου κεφαλή διατίθενται με λαβή μεταλλική ή ανθρακονημάτων θέτοντας νέα κριτήρια εργονομίας, απόδοσης και σταθερότητας.

04/2010

ANTHOS HELLAS
Οδοντιατρικά μηχανήματα
3ης Σεπτεμβρίου 35
104 32 ΑΘΗΝΑ
Τηλ.: 210.5231400, 210.5249261
Fax: 210.5232537

DENTALCOM Γ. ΠΑΠΑΖΟΓΛΟΥ Α.Ε.
Καρυοφύλλη 24
115 27 ΑΘΗΝΑ
Τηλ.: 210.7775021, 210.7775110
Fax: 210.7770480
dentalco@otenet.gr, www.dentalcom.gr

Λ. ΠΑΝΤΕΛΙΔΗΣ & ΣΙΑ ΕΠΕ
Χαλκοκονδύλη 19
104 32 ΑΘΗΝΑ
Τηλ.: 210.5231800, 210.522230
Fax: 210.5237155
lpantel@hol.gr

50
YEARS
technologies
& inspiration

Συνέντευξη με τον Γενικό Διευθυντή της Medalkan κ. Γιάννη Σταυρίδη



κ. Γιάννης
Σταυρίδης

υψηλών επιστημονικών απαιτήσεων. Οι μικροβιολογικοί έλεγχοι είναι χρονοβόροι. Μόνο εύκολη δεν είναι η ανάληψη ενός τέ-

τοιου εγχειρήματος, σε μια χώρα όπου λόγω της αβεβαιότητας δεν ξέραμε πώς θα εξελιχθεί η κατάσταση την επομένη. Καταφέρα-

με όμως να φτάσουμε σήμερα να έχουμε έτοιμα να διατεθούν στην αγορά σύγχρονα προϊόντα με τις πιο υψηλές διεθνείς προδιαγρα-

φές. Τα χρόνια της προσπάθειας έφεραν αποτελέσματα.

→ DT σελίδα 6

Με την κρίση να συνεχίζεται και να επηρεάζει όλο και πιο πολύ τον κλάδο μας, η είδηση ότι μια καινούργια εταιρεία ξεκινά την παραγωγή προϊόντων για την οδοντιατρική μας γέμισε χαρά. Εμείς οι κλινικοί οδοντίατροι καθημερινά χρησιμοποιούμε προϊόντα από όλο τον κόσμο και συχνά αναρωτιόμαστε γιατί να μην μπορεί και η Ελλάδα να δημιουργήσει προϊόντα ανταγωνιστικά, ποιοτικά, ικανά να καλύψουν τις ανάγκες μας και γιατί όχι, να κατακτήσουν και τις διεθνείς αγορές. Αναζητήσαμε λοιπόν τον γεν. διευθυντή της εταιρείας Medalkan κ. Σταυρίδη ο οποίος μας παραχώρησε την συνέντευξη που ακολουθεί.

Κε Σταυρίδη, αν θέλετε μιλήστε μας κατ' αρχήν για το πώς είχατε την ιδέα να ασχοληθείτε με τα προϊόντα απολύμανσης του χώρου μας;

Η εταιρεία μας ασχολείται με χημικά προϊόντα από το 2003 κάνοντας εισαγωγή εξειδικευμένων χημικών για την βιομηχανία. Το 2012 σκεφτήκαμε να επεκταθούμε στον ιατρικό κλάδο, αλλά όχι με εισαγωγές.

Αποφασίσαμε να ξεκινήσουμε την δική μας παραγωγή. Κίνητρο μας ήταν η οικονομική κρίση, αλλά και το ότι στη Ελλάδα έχουμε την τύχη να διαθέτουμε αξιόλογες σύγχρονες φαρμακευτικές εταιρείες. Στήσαμε λοιπόν μία ομάδα Ελλήνων και Γάλλων επιστημόνων με σκοπό να σχεδιάσουμε και να παραγάγουμε στην Ελλάδα τα δικά μας προϊόντα.

Συναντήσατε δυσκολίες στην υλοποίηση αυτής της ιδέας;

Ήταν ένας μακρύς αγώνας τεσσάρων ετών για την παραγωγή καινοτόμων προϊόντων. Στην Ελλάδα δεν υπάρχει άλλη εταιρεία που να παράγει ανάλογα προϊόντα. Είναι μια διαδικασία



Νέα ελληνικά Προϊόντα

Τα Απολυμαντικά νέας γενιάς για μία ασφαλή εργασία



Επιφάνειες



Εργαλεία



Ειδικές εφαρμογές

Ζητήστε τα από τον προμηθευτή σας

www.medalkan.gr

Η MEDALKAN είναι η πρώτη Ελληνική εταιρεία που παράγει ιατροτεχνολογικά απολυμαντικά.

Τα προϊόντα μας αναπτύχθηκαν από μία ομάδα Ελλήνων και Γάλλων ειδικών και κατασκευάζονται στην Ελλάδα με την χρήση των τελευταίων τεχνολογιών.

Η γκάμα των προϊόντων MEDALKAN περιλαμβάνει ειδικά προϊόντα για τον καθαρισμό και την απολύμανση επιφανειών, χειρουργικών εργαλείων, ενδοσκοπίων και άλλες ειδικές εφαρμογές.

Έχει αναπτυχθεί με ειδικό τρόπο ώστε τα προϊόντα μας να εξασφαλίζουν την προστασία από την επιμόλυνση σε ιατρεία, οδοντιατρεία, κλινικές, διαγνωστικά κέντρα και νοσοκομεία.

Είναι φιλικά προς τον άνθρωπο, τα εργαλεία, τα μηχανήματα και το περιβάλλον.

Τα προϊόντα μας φέρουν την σήμανση CE σύμφωνα με την κοινοτική οδηγία 93/42/EEC για τα ιατροτεχνολογικά προϊόντα και είναι εγκεκριμένα από τον ΕΟΦ.

MEDALKAN
ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΤΑΥΡΙΔΗΣ Ε.Π.Ε
Μιχαλακοπούλου 102, 115-28 Αθήνα
Τηλ.: 210 74 84 847, Fax: 210 77 72 009
Site: www.medalkan.gr
E-κατάστημα: store.medalkan.gr
E-mail: contact@medalkan.gr



ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ



← **DT** σελίδα 5
(συνέχεια της συνέντευξης του κ. Γ. Σταυρίδη)

Μιλήστε μας λίγο για τα προϊόντα

Παράγουμε μια πλήρη γκάμα απολυμαντικών προϊόντων, που καλύπτουν όλες τις ανάγκες του σύγχρονου οδοντιατρείου. Απολυμαντικά για τις επιφάνειες, για τα εργαλεία και τα μικροεργαλεία, για το σύστημα αναρρόφησης , καθώς και για τα αποτυπώματα. Αλλά αυτή είναι μόνον η αρχή. Σκοπεύουμε να συνεχίσουμε την έρευνα με στόχο την διαρκή βελτίωση και επέκταση .

Ποιά πιστεύετε πως είναι τα πλεονεκτήματα των προϊόντων σας;

Υπάρχουν τρεις βασικές παράμετροι σε ένα απολυμαντικό. Πρώτον η ευρύτητα του φάσμα-

τος δράσης, δηλαδή σε πόσο μεγάλο αριθμό μικροοργανισμών αυτό είναι δραστικό. Δεύτερον, ο χρόνος επίτευξης του αποτελέσματος. Δηλαδή σε πόσο χρονικό διάστημα εξουδετερώνεται ο κάθε μικροοργανισμός και τρίτον, η καθαριστική ικανότητα του προϊόντος.

Άλλες επί μέρους παράμετροι είναι η συμβατότητα με την επιφάνεια που πρόκειται να καθαριστεί, όπως οι φρέζες , τα εργαλεία, κ.λπ., ο αφρισμός που εμποδίζει και μειώνει την απολυμαντική ικανότητα κ.λπ.

Αλλά με ρωτήσατε για τα πλεονεκτήματα των δικών μας προϊόντων.

Εκτός από την αναμενόμενη δράση, που είναι εφάμιλλη με όλα τα απολυμαντικά που κυκλοφορούν, εμείς δώσαμε μεγά-

λη έμφαση και καταφέραμε να έχουμε προϊόντα με πολύ καλή δράση ενάντια σε βακτηρίδια, μύκητες, ιούς με έλυτρο, καθώς και σειρά μυκοβακτηριδίων πέρα από τον βάκιλο της φυματίωσης.

Στον τομέα του χρόνου δράσης, έχουμε προϊόντα με τουλάχιστον ίση δραστικότητα με τα πιο αποτελεσματικά της αγοράς, ενώ για κάποιους μικροοργανισμούς έχουμε πετύχει σημαντικά καλύτερους χρόνους. Για παράδειγμα, το απολυμαντικό μας spray Medasept 100, είναι βακτηριοκτόνο, μυκητιοκτόνο και ιοκτόνο σε μόλις 30 δευτερόλεπτα και φυματιοκτόνο και μυκοβακτηριοκτόνο σε 3 λεπτά, ενώ στα περισσότερα απολυμαντικά που κυκλοφορούν οι χρόνοι είναι τρία με πέντε λεπτά.

Ο τομέας της καθαριστικής ικανότητας ήταν ο πιο δύσκολος

για εμάς. Έπρεπε να συνδυάσουμε τα καλά αντιμικροβιακά αποτελέσματα που είχαμε επί-τύχει, με μια μεγάλη καθαριστική ικανότητα. Η μηχανική απομάκρυνση των ρύπων έχει μεγάλη σημασία. Μας πήρε περίπου ένα χρόνο αυτή η έρευνα , αλλά ανταμειφθήκαμε με προϊόντα με καθαριστική ικανότητα αποδεδειγμένα ανώτερη από αυτά του ανταγωνισμού. Σας αναφέρω μόνο ότι για να το πετύχουμε αυτό, οι χημικοί μας κάνανε πάνω από 120 δείγματα, προκειμένου να καταλήξουν στον επιθυμητό συνδυασμό ταχύτητας και αποτελεσματικότητας της καθαριστικής δύναμης του προϊόντος.

Φοβάστε ότι είναι πιθανόν να συναντήσετε δυσκολίες στην διάθεση των προϊόντων σας στην Ελλάδα;

Όσον αφορά την ποιότητα, έχουμε πετύχει ένα πολύ καλό επίπεδο. Η τελική τιμή είναι , όπως καταλαβαίνετε πολύ συμφέρουσα για τον οδοντίατρο. Παράγουμε στην Ελλάδα, τα μεταφορικά μας είναι λίγα και δεν παρεμβαίνει μια σειρά μεσαζόντων. Παρ’ όλα αυτά, μας φοβίζει λίγο η οικονομική κρίση που έχει επηρεάσει αρκετά και το οδοντιατρικό επάγγελμα. Οι εργασίες έχουν μειωθεί, αλλά πιστεύουμε στον Έλληνα οδοντίατρο. Ξέρουμε ότι δεν θα θυσιάσει εύκολα της ποιότητα της παροχής των υπηρεσιών του. Και τα απολυμαντικά είναι από τους σημαντικότερους παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτή την ποιότητα.

Κε Σταυρίδη, σας ευχαριστώ γι’ αυτή τη συνέντευξη και σας εύχομαι κάθε επιτυχία σε αυτή σας την προσπάθεια.

← **DT** σελίδα 1
(συνέχεια της συνέντευξης του κ. Σαμλόγλου)

Σε μια εποχή κρίσης πάντα είναι και η εποχή των ευκαιριών και των προκλήσεων. Ποιο είναι το μήνυμά σας στους οδοντιάτρους;

Δεν διεκδικώ καμία ειδική γνώση ούτε μπορώ να στείλω κάποιο ιδιαίτερο μήνυμα, πολύ περισσότερο κάποιο μήνυμα στους οδοντιάτρους και τους οδοντοτεχνίτες. Αν και προέρχομαι από οδοντιατρική οικογένεια, δεν είμαι σε θέση να συμβουλευώ τι θα έπρεπε να κάνουν οι οδοντίατροι για να αυξήσουν τα έσοδά τους ή ακόμη και απλώς για να επιβιώσουν. Όλοι βρίσκονται σε δύσκολη θέση, πολλοί δουλεύουν λιγότερες μέρες ή λιγότερες ώρες. Πολλοί προσφέρουν δωρεάν υπηρεσίες σε ασθενείς τους οι οποίοι για πολλά χρόνια ήταν συνεπείς νοικοκυραίοι και ξαφνικά βρέθηκαν άνεργοι. Δεν μπορούν να μην τους παρέχουν τις υπηρεσίες τους επειδή τώρα δεν έχουν να πληρώσουν. Ευτυχώς υπάρχει ακόμη φιλότιμο και το καλό που κάνουν θα τους επιστραφεί.

Δεν μπορώ να συμβουλέψω τους οδοντιάτρους και τους οδοντοτεχνίτες τι να κάνουν, αλλά μπορώ να τους προτρέψω τι να ΜΗΝ κάνουν. Να μην υποβαθμίσουν την ποιότητα των υπηρεσιών τους, να μην σταματήσουν να εκπαιδεύονται, να μην μένουν πίσω από τεχνολογικής απόψεως, να μην παραμελούν τα εργαλεία της δουλειάς τους. Θεωρώ αδιανόητο και άδικο να φροντίζει κάποιος το αυτοκί-

νητό του περισσότερο από τα μηχανήματά του, τα οποία θα μπορέσουν να του συντηρήσουν και το αυτοκίνητό του. Τέλος να μην κάνουν υποχωρήσεις στην ποιότητα των υλικών που χρησιμοποιούν, γιατί και αυτά αποτελούν μέρος του τελικού "προϊόντος" που προσφέρουν στους ασθενείς τους.

Μέσα στην κρίση, η εταιρεία σας προχώρησε σε συνεργασία με υψηλού επιπέδου οίκους του οδοντιατρικού χώρου. Τι προσδοκάτε από αυτές τις συνεργασίες;

Η ΜΩΡΙΣ ΦΑΡΑΤΖΗ στα 122 της λειτουργίας της πέρασε και από πολέμους και από πολλές δύσκολες στιγμές. Στα τελευταία 28 χρόνια στα οποία βρίσκομαι στην εταιρεία, η πιο δύσκολη στιγμή ήταν το 2000, όπου η γερμανική εταιρεία ESPE της οποίας ήμασταν αποκλειστικοί αντιπρόσωποι για 50 χρόνια, αγοράστηκε από την 3M και τη διακίνηση των προϊόντων της ανέλαβε η 3M. Ξαφνικά βρεθήκαμε με τον μισό τζίρο και χάσαμε μεγάλη δύναμη στην αγορά. Δεν μπορούμε να ξεχάσουμε την πολύ ισχυρή θέση στον κλάδο που μας έδιναν τα τοπικά αναισθητικά. Ευτυχώς καταφέραμε να ξεπεράσουμε τη δύσκολη αυτή κατάσταση διατηρώντας τη βασική μας αντιπροσωπεία της **Dentsply** και με νέες συνεργασίες, κυρίως την **GC Europe**. Αργότερα προστέθηκε η **Komet**, **VDW**, και πολλοί άλλοι οίκοι.

Αναδιαρθρώσαμε την εταιρεία μας, ιδρύσαμε το 2000 την εταιρεία **NEWDENT** στη Θεσσαλο-

νίκη καλύπτοντας μεγάλο μέρος της Β. Ελλάδας, εκπαιδύσαμε το προσωπικό μας, δώσαμε ιδιαίτερη έμφαση στην ενημέρωση και εκπαίδευση των οδοντιάτρων και των οδοντοτεχνιτών με παρουσιάσεις, θεωρητικά και πρακτικά σεμινάρια (hands-on). Αξιοποιώντας τα στοιχεία αυτά, ξεκινήσαμε νέες συνεργασίες με πολλά εργοστάσια, με βασικό πάντα άξονα την υψηλή ποιότητα, για την οποία είναι γνωστή η εταιρεία μας.Τελευταίες επιτυχίες, κατά τη διάρκεια της κρίσης, είναι η ίδρυση της εταιρείας **ESTETIKA** το 2013. Η **ESTETIKA** αντιπροσωπεύει πολύ γνωστούς και καταξιωμένους οίκους όπως η **KaVo**, **Durr**, **Melag**, **Vita** και **Bego**.

Με τις συνεργασίες αυτές καταφέραμε να διεισδύσουμε σε κατηγορίες προϊόντων στις οποίες δεν είχαμε παρουσία. Έτσι κλείνει ένας μεγάλος κύκλος ανάπτυξης. Άμεσος στόχος μας είναι να αισθανθεί ξανά σίγουρος ο Έλληνας οδοντίατρος και οδοντοτεχνίτης για τα προϊόντα των εταιρειών αυτών για τα οποία είχε δημιουργηθεί ένα κενό ωστί εξυπηρέτησης τα προηγούμενα χρόνια.

Θα θέλατε να αναφερθείτε στο μυστικό της σχέσης εμπορικής εταιρείας και οδοντιάτρων, οδοντοτεχνιτών που έχει καταξιώσει τις εταιρείες σας σε τόσο υψηλό επίπεδο;

Δεν πιστεύω πως υπάρχει κάποιο ιδιαίτερο μυστικό. Το πιο βασικό συστατικό είναι οι αρχές και οι αξίες που διέπουν τους ανθρώπους και κατ' επέκταση τις

εταιρείες που είναι ένα σύνολο ανθρώπων. Οι διαπροσωπικές σχέσεις είναι η πιο σημαντική προίκα μιας εταιρείας. Ευτυχώς πάνω από επαγγελματίες παραμένουμε άνθρωποι που θέλουμε συνεργασία, αποζητούμε ενδιαφέρον, αποδοχή, αξιοπρέπεια. Δεν πρέπει να χαλάμε συνεργασίες αν π.χ. κάποιο υλικό παρουσίασε πρόβλημα, θα πρέπει όμως να είμαστε έτοιμοι να δεχθούμε το λάθος μας και να δώσουμε λύσεις. Οι σωστοί συνεργάτες είναι αυτοί που δεν πουλάνε απλώς προϊόντα, αλλά αυτοί που δίνουν λύσεις. Όσοι επένδυσαν στο να προσφέρουν μόνο φθηνά προϊόντα ή φθηνές λύσεις δεν κατάφεραν να επιβιώσουν ή να εξελιχθούν.

Κλείνοντας, θα θέλαμε τις απόψεις σας για την πορεία του οδοντιατρικού χώρου στα επόμενα χρόνια.

Ο οδοντιατρικός χώρος δεν διαφέρει πολύ από τους άλλους χώρους. Εμείς, οι εμπορικές εταιρείες, πρέπει να αισθανόμαστε πολύ τυχεροί γιατί δραστηριοποιούμαστε σε ένα κλάδο που δεν είναι αυστηρά καταναλωτικός. Οι πελάτες μας είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Σημαντικό ρόλο παίζει ο άνθρωπος παράγοντας. Δεν τους βλέπουμε μια φορά μόνο στη ζωή μας, όπως συμβαίνει στα καταναλωτικά είδη, αλλά τους συναντάμε συνέχεια σε συνέδρια, εκθέσεις, σεμινάρια. Με τους πελάτες μας μεγαλώσαμε και μεγαλώνουμε μαζί.

Τα χρόνια μέχρι το 2008 ήταν "εύκολα" χρόνια σε σχέ-

ση με αυτό που ζούμε τώρα. Οι ασθενείς περνάνε πιο δύσκολα. Τα εισοδήματά τους έχουν μειωθεί ή ακόμη και εξαφανιστεί. Έχουν περισσότερες απαιτήσεις και είναι πιο "διαβασμένοι" (ας όψεται το διαδίκτυο). Οι οδοντίατροι και οδοντοτεχνίτες πρέπει συνεχώς να βελτιώνουν τις υπηρεσίες τους. Αντίστοιχα και εμείς, οι εμπορικές εταιρείες, θα πρέπει να αναβαθμίζουμε συνεχώς τις υπηρεσίες μας.

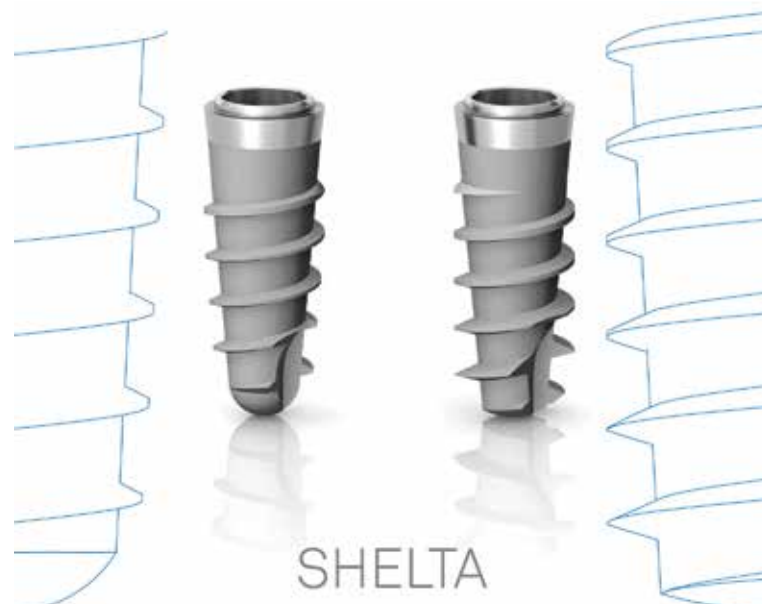
Αν κοιτάξουμε τι γίνεται στις άλλες χώρες, ίσως δούμε τι πρόκειται να γίνει και στη χώρα μας τα επόμενα χρόνια. Ίσως συρρικνωθεί ο αριθμός των εμπορικών εταιρειών και δημιουργηθούν μεγαλύτερες εταιρείες ή ομάδες μαγαζιών. Αντίστοιχα και οι οδοντίατροι στην Ευρώπη σχηματίζουν ομάδες συνεργαζόμενοι μεταξύ τους. Τα εργαστήρια επενδύουν συνεχώς σε μηχανήματα νέας τεχνολογίας προσπαθώντας να μειώσουν το εργατικό κόστος και να τυποποιήσουν περισσότερο το αποτέλεσμα της εργασίας τους. Τα κεφάλαια που χρειάζεται ένας οδοντοτεχνίτης για να ακολουθήσει τις εξελίξεις είναι πολύ περισσότερα από αυτά που χρειάζεται ένας οδοντίατρος.

Τέλος δεν πρέπει να παραβλέπουμε τη δύναμη του marketing με την παλαιά και σύγχρονη μορφή του (internet, facebook). Δεν αρκεί να είμαστε καλοί σε αυτό που κάνουμε, αλλά θα πρέπει να είμαστε σε θέση να το οπτικοποιήσουμε σε διάφορες μορφές.

Ευχαριστούμε πολύ για τον χρόνο σας

Τα νούμερα μιλάνε από μόνα τους

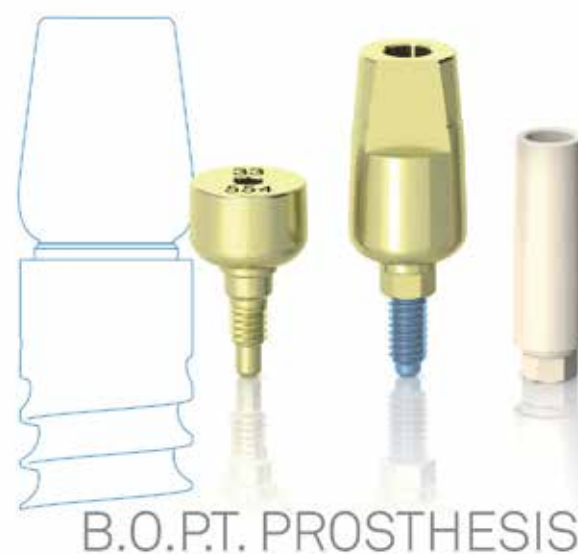
- 8 διαφορετικά συστήματα
- Από το 1972
- Νο1 σε πωλήσεις στην Ιταλία και Ισπανία
- 25% μερίδιο αγοράς στην Ιταλία
- 20 χρόνια κλινικές έρευνες
- 500 εκδόσεις
- πάνω από 70 έρευνες σε εξέλιξη
- πάνω από 50 πατέντες σε εμφυτευματολογία, ενδοδοντία και ορθοδοντική
- 4000 m² εγκαταστάσεις για την παραγωγή
- συνολική έκταση 71000 m² στην Πάντοβα
- 600 συνεργάτες σε 35 χώρες
- 3 υποκαταστήματα (Ισπανία, Αγγλία και Αμερική) και απευθείας διανομή στην Γαλλία



PREMIUM



Ποιοτικός έλεγχος
σε κάθε εμφύτευμα
που παράγεται!



Εξελικτική μελέτη επιβεβαιώνει τη σχέση μεταξύ παχυσαρκίας και περιοδοντίτιδας

Σε μία προσπάθεια διερεύνησης της συσχέτισης μεταξύ παχυσαρκίας και περιοδοντίτιδας,

μία ομάδα ερευνητών βρήκε πως οι ασθενείς με υψηλότερο δείκτη σωματικής μάζας εμφανίζουν αυξημένο κίνδυνο ανάπτυξης

περιοδοντίτιδας σε σχέση με άτομα με φυσιολογικό βάρος. Στη συγκεκριμένη μελέτη, ερευνητές από την Αυστραλία και τη

Βραζιλία παρακολούθησαν μία ομάδα 539 Βραζιλιάνων από τη γέννησή τους μέχρι την ηλικία των 31 ετών.

Λόγω αλλαγών στον τρόπο ζωής, διατροφικών συνθηκών, στρες και έλλειψης άσκησης, η επίπτωση της παχυσαρκίας αυξάνεται σε πολλές χώρες. Διάφορες μελέτες έχουν συνδέσει την παχυσαρκία με διάφορα συστηματικά νοσήματα, συμπεριλαμβανομένου ενός υψηλότερου κινδύνου περιοδοντικής νόσου. Ωστόσο, υπάρχει αβεβαιότητα σχετικά με την αιτιολογική σχέση τέτοιων καταστάσεων.

Στη συγκεκριμένη μελέτη, οι ερευνητές παρακολούθησαν 539 Βραζιλιάνους από τη γέννησή τους και για μία περίοδο 31 ετών. Κατά τη διάρκεια της μελέτης, οι συμμετέχοντες υποβλήθηκαν σε τακτικούς περιοδοντικούς ελέγχους με πλήρη περιοδοντική εξέταση έξι σημείων ανά δόντι με περιοδοντική μήλη PCP2. Επιπρόσθετα, εκτιμήθηκαν οι ανθρωπομετρικές εκτιμήσεις και οι συνήθειες κάθε ατόμου κατά τη διάρκεια της ζωής του.

Συνολικά, ο περιοδοντικός κίνδυνος χωρίς καμία παρέμβαση ήταν 33.3%, 14.3% και 14.7% για οποιαδήποτε μορφή περιοδοντίτιδας, μέτρια ή προκεχωρημένη και τη συνδυασμένη αιμορραγία κατά την ανίχνευση (ΑΚΑ) και απώλεια κλινικής πρόσφυσης (ΑΚΠ), αντίστοιχα. Όσον αφορά την επίδραση του βάρους, τα αποτελέσματα έδειξαν πως η παχυσαρκία αύξησε τον κίνδυνο όλων των παραπάνω επιπτώσεων. Συγκεκριμένα, ο συνολικός κίνδυνος περιοδοντίτιδας ήταν 11% υψηλότερος σε υπέρβαρα άτομα και 22% υψηλότερος σε παχύσαρκα άτομα. Όσον αφορά τη μέτρια και προκεχωρημένη περιοδοντίτιδα, ο κίνδυνος ήταν 12% και 27% υψηλότερος, αντίστοιχα. Σε υπέρβαρα άτομα αυξανόταν ο κίνδυνος ΑΚΠ και ΑΚΑ κατά 21% και σε παχύσαρκους ασθενείς κατά 57%.

Σύμφωνα με τους ερευνητές, η επίδραση της παχυσαρκίας ήταν ακόμη μεγαλύτερη σε συνδυασμό με ανθυγιεινές συνήθειες. Με βάση τα ευρήματα, αξίζει να τονίσουμε πως μία συνήθης προσέγγιση των παραγόντων κινδύνου θα αποτελούσε το αποτελεσματικότερο μέσο πρόληψης και θεραπείας της περιοδοντικής νόσου, σύμφωνα με

Προχωρημένο (Advanced) Σεμινάριο Botox & Fillers

για οδοντιάτρους και ιατρούς

26 - 27/11/2016, Αθήνα

26/11/2016,
CIVITEL OLYMPIC

27/11/2016,

ΚΛΙΝΙΚΗ Dr. Στέφανος Καρακουσόγλου

Προχωρημένο (Advanced) Σεμινάριο Botox και Fillers για οδοντιάτρους και ιατρούς που έχουν προηγούμενη εμπειρία στη χρήση των ενέσιμων θεραπειών του προσώπου ή έχουν συμμετάσχει παλαιότερα στο Basic Course, ώστε να αποκτήσουν μια ολιστική προσέγγιση για τους ασθενείς τους, προσφέροντας τους καλύτερα κλινικά αποτελέσματα και με μεγαλύτερη οικονομική απόδοση για τους ίδιους.



Dr. M.Holt BDS (Sydney), FIADFE
Αισθητικός Χειρουργός Στόματος,
Διευθυντής της Αυστραλιανής Ακαδημίας
Οδοντο-προσωπικής Αισθητικής,
Μελβούρνη, Αυστραλία



Κρασαδάκης Χρήστος
Ιατρός-Οδοντίατρος
Γναθοπροσωπικός Χειρουργός
Νοσοκομείο ΚΑΤ

Οι συμμετέχοντες θα εκπαιδευτούν σε:

Προηγμένες τεχνικές Botox και Filler, οι οποίες περιλαμβάνουν:

- Το υγρό face lift
- Αντιμετώπιση σιελόρροιας
- Θεραπεία ημικρανίας
- Ταινίες πηλατώματος
- Βελτίωση στο σχήμα των παρειών και της ρινός
- Βελτίωση του γενείου και του περιγράμματος της κάτω γνάθου
- Βελτίωση στους κροτάφους και το μέτωπο
- Ανύψωση φρυδιών
- Θεραπείες κάτω βλεφάρων

Φιλοσοφία θεραπειών (για προχωρημένους), που περιλαμβάνουν:

- Ολική αναζωογόνηση του προσώπου
- Εφαρμογή του χρυσού κανόνα των αναλογιών "Φ" (Phi) ως οδηγό των αισθητικών παρεμβάσεων στο πρόσωπο
- Προηγμένη διαδικασία εξωστοματικής εκτίμησης για αυξημένη αποδοχή των περιπτώσεων.
- Πως να "πουλά" ο ειδικός, πιο μεγάλα σχέδια θεραπείας χωρίς να παραβιάζεται η δεοντολογία και η ηθική.

Κόστος
Συμμετοχής*
1.250€

* Στους συμμετέχοντες θα προσφερθούν εντελώς ΔΩΡΕΑΝ 3DVDs με το ανάλογο επιστημονικό υλικό

Πιστοποίηση από την



Διοργάνωση: **OMNICONGRESSES**

Ανδριτσάινος 48, 11146 Τηλ.: +30210 22.22.637 Κιν.: 6972 036.900 e-mail: info@omnicongresses.gr website: www.omnicongresses.gr

Η σημασία της φήμης και της φήμης Από την καθημερινή ζωή έως το διαδίκτυο

Antonio Pelliccia

Συνήθως συσχετίζουμε τον όρο φήμη με ένα προϊόν που διαθέτει ένα μοναδικό, σταθερό και ευρέως αναγνωρισμένο χαρακτήρα (πχ Coca-Cola, BMW). Αυτές οι φήμες δημιουργούν εικόνες στο μυαλό των καταναλωτών.

Οι μεγάλοι οργανισμοί εργάζονται σκληρά για να αυξήσουν την ισχύ και το κύρος της φήμης τους και τα διαφυλάσσουν προσεκτικά από την μη εγκεκριμένη χρήση ή τις απομιμήσεις.

Το American Marketing Association (AMA) ορίζει μία φήμη ως ένα "όνομα, όρο, σήμα, σύμβολο ή σχέδιο ή συνδυασμό των προηγούμενων με σκοπό την αναγνώριση των αγαθών και των υπηρεσιών ενός εμπόρου ή μίας ομάδας εμπόρων και να τους διαφοροποιήσει από τα αντίστοιχα αγαθά και υπηρεσίες άλλων εμπόρων".

Επομένως, είναι λογικό να αντιληφθούμε πως φήμη δεν αφορά την προσέλκυση των πελατών-στόχων να επιλέξει το προϊόν σας έναντι του ανταγωνισμού, αλλά να σας ξεχωρίσουν οι μελλοντικοί σας πελάτες ως τη μοναδική εταιρεία που προσφέρει λύση στα προβλήματά τους. Σήμερα είναι εύκολο να αντιληφθούμε γιατί οι φήμες είναι πιο σημαντικές σε σχέση με οποιαδήποτε άλλη περίοδο τα τελευταία 100 χρόνια. Οι φήμες αποτελούν συνδυασμό ψυχολογίας και επιστήμης ως ένα σημείο υπόσχεσης. Τα προϊόντα διαθέτουν κύκλους ζωής. Οι φήμες ξεπερνούν τον κύκλο ζωής των προϊόντων. Οι φήμες μεταφέρουν μία ομοιόμορφη ποιότητα, αξιοπιστία και εμπειρία. Οι φήμες είναι πολύτιμες. Πολλές εταιρείες θέτουν την αξία της φήμης τους στον προϋπολογισμό τους.

Γιατί συμβαίνει αυτό; Δε χρειάζεται να αναζητήσουμε την απάντηση πολύ μακριά. Στο σύγχρονο κόσμο, η φήμη είναι σημαντικότερη από ποτέ. Ωστόσο, δεν μπορείτε απλά να δημιουργήσετε μία φήμη όπως γινόταν στο παρελθόν. Χρειάζεστε μία στρατηγική πολιτισμικής ανακίνησης για να επιτευχθεί κινητική αύξηση για τη φήμη σας. Με βάση αυτό δεν υπάρχει κανένα όριο για την τελική κα-

τάληξη της φήμης σας. Η φήμη είναι ουσιώδης και σημαντική. Η δημιουργία μίας φήμης προσθέτει τεράστια αξία για τις εταιρεί-

ες και τους οργανισμούς.

Αν δεν έχετε πειστεί ακόμη, θα σας δώσω ένα ακόμη παράδειγμα. Το δολάριο αποτελεί μία

παγκόσμια φήμη. Ουσιαστικά είναι απλά ένα κομμάτι χαρτί. Ωστόσο, η δημιουργία φήμης το έχει καταστήσει πολύτιμο.

Όλα τα εργαλεία προώθησης και δημιουργίας φήμης έχουν

→ DT σελίδα 10



ΤΟΣΟ ΟΜΟΙΟ ΜΕ ΤΟ ΔΟΝΤΙ

Στο σύνολο των φυσικών ιδιοτήτων του, το Grandio®SO είναι το εμφρακτικό υλικό το οποίο παγκοσμίως, μοιάζει περισσότερο στο δόντι**. Τα πλεονεκτήματα που θα κερδίσετε είναι: μακράς διάρκειας, αξιόπιστες αποκαταστάσεις και κυρίως ικανοποιημένους ασθενείς.

- Κάλυψη υψηλών απαιτήσεων, γενικής χρήσης σε πρόσθιες & οπίσθιες περιοχές
- Φυσική αδιαφάνεια για αποτελέσματα όμοια με του δοντιού - χρήση μίας μόνο απόχρωσης
- Έξυπνο σύστημα αποχρώσεων με νέα χρώματα καλής αισθητικής: GA3.25 και GA5
- Απαλή σύσταση, υψηλή σταθερότητα φωτεινότητας, απλή στίλβωση εντυπωσιακής λάμψης

* Παρακαλούμε επικοινωνήστε με τον τοπικό οδοντιατρικό σας σύμβουλο για τις τρέχουσες προσφορές. Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλούμε επικοινωνήστε: +30 6974840529 · info@voco.com

** Ζητήστε ελεύθερα τα επιστημονικά ενημερωτικά φυλλάδια.

