

All'interno le interviste a...



Dr. Gianfranco Prada

5



Dr. Giampiero Malagnino

8



Prof. Enrico F. Gherlone

13

Fisco & Dintorni

La corsa alle detrazioni per ristrutturare

10

Supporto agli studenti di odontoiatria: l'attività dell'AISO

18

Angola ONLUS, un sorriso per l'Africa

21

Architettura & Design

Colori e psicologia: come tinggiare lo studio?

30

CPA 2014



Corso Pratico Annuale di Marketing & Management in Odontoiatria

Stiamo per partire... ultimi posti disponibili! Iscriviti: info@arianto.it



Al 61° Congresso scientifico ANDI l'orgoglio dell'odontoiatria italiana

4

—A lezione di management sanitario



Cosa chiedersi per migliorare la gestione ed il successo dello studio?

Antonio Pelliccia, Direttore Responsabile Mediamix

La massima ignoranza è quella di non sapersi porre le domande. È confondere i falsi coi veri problemi.

Paul Valéry, Quaderni, 1894-1945 (postumi 1957-61).

Ho scritto questo articolo ricordando quella volta in cui una studentessa di ingegneria, futuro dirigente di una importante azienda che l'aveva assunta per riorganizzare alcuni programmi produttivi, durante uno dei miei corsi mi disse: "Lei lo sa che... non saprei cosa chiedere al commercialista?"

Alla base di qualsiasi diagnosi ci sono proprio le domande. Che siano cliniche o manageriali, per poter formulare una domanda occorre studiare. Chi non ha conoscenze non sa cosa domandare e quindi non si pone neanche le domande, o si pone domande aleatorie, sbagliate e spesso confonde "i falsi con i veri problemi".

"Chi domanda, guida!". Ho scritto quindi un articolo molto particolare, se di articolo si può parlare. Leggetelo... per qualcuno sarà illuminante, per altri privo di qualsiasi significato...

A voi la giusta interpretazione!

Come faccio a calcolare il costo orario del mio studio? Meglio assumere una nuova segretaria a tempo pieno o due in part time? Quanto mi conviene fare il consulente presso un collega, rispetto ad essere presente un giorno in più nel mio studio anche se ho ancora pochi pazienti in cura? Quanto posso far risparmiare ad un paziente che me lo chiede, se mi offre un'unica soluzione anticipata di pagamento? Si può pianificare la gestione fiscale? Quanto posso investire in tecnologie facendo riferimento al mio studio di settore?

Continua a pag.6

LA FORMAZIONE ARIANTO PENSATA PER TUTTE LE ESIGENZE

Week end Marketing e Neuroscienza

Marketing, leadership e Neuroscienze sono solo alcuni dei temi trattati da due "Guru" del Management. Antonio Pelliccia e Francesco Gallucci hanno realizzato un corso in cui la Qualità Percepita, il Valore Aggiunto, la Motivazione, la Leadership, la Fiducia e numerose altre "parole chiave" non sono solo terminologia di una formazione astratta, ma parte di un Corso interattivo incentrato sugli obiettivi individuali dei partecipanti.

Durata: week end



Prof. Antonio Pelliccia



Prof. Francesco Gallucci

L'arte del dire - Actor Studio

Consulenza per lo sviluppo delle capacità dialettiche nella relazione comunicativa con il paziente e con gli interlocutori in generale, stimolazione psicofisica delle capacità relazionali. La didattica si ispira direttamente a quella usata nella preparazione professionale degli attori di teatro.

Durata: doppio week end, cadenza mensile



Prof. Antonio Pelliccia



Augusto Zucchi

La Comunicazione persuasiva

"Avrei voluto essere più convincente!" Spesso le cose possono andare diversamente se solo fossimo stati più incisivi, motivanti e convincenti nel presentare un preventivo, un piano di trattamento, una modalità di pagamento. La comunicazione persuasiva è alla base del marketing personale, parte dall'autostima ed arriva alla leadership. L'assertività è la capacità di parlare e agire in modo talmente naturale da suscitare attenzione e positività nell'interlocutore e così raggiungere i propri obiettivi. Non essere prolissi nel presentare i dati e saper trasformare un fatto in una storia memorabile ed accattivante, che generi interesse per la situazione, esprimere pensieri e sensazioni con chiarezza, focalizzandosi sui desideri e sui bisogni dell'interlocutore, includendo le ricadute positive per rendere efficace ciò che gli avete suggerito. Un corso strategico per chi parla al pubblico, per chi parla alle persone della propria salute..."

Durata: week end



Prof. Antonio Pelliccia



Prof. Raffaele Arigliani

Corso di Comunicazione e Marketing

- La comunicazione dialogica tra medico e paziente.
- Le Scienze della Comunicazione.
- Il rapporto di fiducia - La gestione dell'emozione - Comunicare lo stesso linguaggio del paziente - La comunicazione motivazionale per illustrare il piano terapeutico ed il preventivo - Le diverse esigenze dei pazienti e le tecniche del "feedback" - Cosa dire e cosa non dire - Saper ascoltare ed interpretare la richiesta dei pazienti.
- La leadership individuale e del gruppo.
- Il Coaching Automotivazionale.
- Tecniche di comunicazione verbale e non verbale.
- Il comportamento e l'atteggiamento.
- La relazione di fiducia come si genera e come si gestisce.
- Il primo approccio con il paziente.
- Come si genera la memorizzazione di un messaggio.
- I feedback e la partecipazione attiva.
- La gestione delle criticità del paziente. Reclami e ritardi.
- Il "Marketing deontologico" nello studio odontoiatrico: come lasciarsi preferire.
- La Qualità percepita dal paziente.
- La gestione della Customer Satisfaction.
- La comunicazione scritta e la gestione delle immagini.
- Gli strumenti di Comunicazione Indiretta.

Durata: 2 giornate a Milano



Prof. Antonio Pelliccia



La rivista di

Informazione

Economia

Marketing & Comunicazione

Management

per il settore sanitario

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

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



Sommario

Intervista a... Gianfranco Prada "Sfruttiamo il cambiamento per rilanciare al meglio la nostra professione"	5
A lezione di management sanitario, Antonio Pelliccia Cosa chiedersi per migliorare la gestione ed il successo dello studio?	6
Intervista a... Giampiero Malagnino Ecco come l'ENPAM interviene a sostegno degli odontoiatri	8
Fisco & Dintorni, Vincenzo Statelli La corsa alle detrazioni per ristrutturare	10
Intervista a... Enrico F. Gherlone Il ruolo della comunicazione in odontoiatria al 7° Expo di Autunno	13
Intervista a... Claudio Gammella Paste adesive: quali peculiarità per il benessere del paziente?	14
Speciale CPA 2014 CPA - CORSO PRATICO ANNUALE 2014	17
Intervista a... Emilio Fiorentino Supporto agli studenti di odontoiatria: l'attività dell'AIISO	18
Diritto Sanitario, Silvia Stefanelli Odontoiatra consulente di uno studio? Ecco i punti cardine del contratto	20
Intervista a... Luigi Omiccioli Angola ONLUS, un sorriso per l'Africa	21
Intervista a... Carlo Alberto Piacquadio Iconografia odontoiatrica e attività clinica, quali vantaggi?	23
Intervista a... Andrea Gandolfi "Vi racconto il mio approccio al management odontoiatrico"	24
Expodental 2013 International Expodental: i dati dell'edizione 2013	27
Architettura & Design, Stefano Agnello Colori e psicologia: come tingeggiare lo studio?	30



Un Augurio speciale di Buone Feste a tutti i nostri affezionati lettori!

La redazione di Mediamix

Al 61° Congresso scientifico ANDI l'orgoglio dell'odontoiatria italiana

Un evento che ha colto nel segno. Una due giorni congressuale di arricchimento personale oltre che di aggiornamento scientifico per i circa 4000 partecipanti accorsi nella splendida cornice del Rome Cavalieri il 15 e 16 novembre scorsi.

Soddisfazione e apprezzamento unanime hanno decretato l'oggettiva riuscita del 61° Congresso scientifico ANDI, una manifestazione curata nei minimi dettagli da parte dell'intero esecutivo nazionale dell'associazione, con in testa, senza nulla togliere al resto della compagine direttiva, il Presidente Dr. Gianfranco Prada e il Segretario culturale Dr. Carlo Ghirlanda.

Un panel ricchissimo di relatori dalle indiscusse competenze ha permesso di fare un quadro complessivo sullo stato dell'arte, trasferendo al pubblico di professionisti le evidenze scientifiche che hanno accompagnato il progresso in ogni ambito di attività. Punti fermi, dunque, che la ricerca clinica e applicata hanno reso concreti nel corso degli ultimi tempi.

Un Congresso, titolato per l'appunto "L'Odontoiatria dell'Evidenza", che ha rappresentato, come già detto, un aggiornamento scientifico completo e approfondito (anche per studenti di odontoiatria, igienisti dentali, odontotecnici, assistenti di studio), ma altresì un'occasione unica di confronto fra tutti gli addetti del settore (professionisti,

rappresentanti istituzionali, operatori commerciali, addetti ai media) agevolata e favorita dalla nuovissima "CASA ANDI", un'area fisica per l'approfondimento e la riflessione.

La novità: CASA ANDI

Ecco come l'Associazione nazionale dentisti italiani ha presentato il progetto CASA ANDI: "La nostra associazione intende dare forma in modo compiuto alla rappresentazione di un modello virtuoso di relazioni associative, sindacali, scientifiche, istituzionali, commerciali e con il mondo dei media. ANDI, in rappresentanza di ogni singolo odontoiatra italiano, vuole così continuare a proporsi come primo e più autorevole interlocutore per tutti gli attori del dentale; in CASA ANDI i partner istituzionali, scientifici, commerciali e del mondo dei media entrano fisicamente nell'unico network del mondo del dentale capace di trovare risposte concrete e condivise alla necessità di vincere le importanti sfide che il comparto deve affrontare".

Senza trascurare le logiche del marketing sanitario



Con un occhio puntato agli aspetti connessi a quel marketing etico capace di supportare un professionista moderno e dinamico in un contesto di difficoltà economica perdurante e che permette di evidenziare la qualità percepita del proprio lavoro, senza snaturare la propria professionalità. E' indispensabile essere consapevoli di quanto un modello manageriale applicato allo studio odontoiatrico, basato sul controllo di gestione, esalti e non spersonalizzi il professionista.

Un evento che in definitiva ha saputo ribadire l'orgoglio dell'odontoiatria italiana, capace di dimostrare il proprio livello di eccellenza su più fronti anche a livello internazionale. E proprio questo aspetto deve rappresentare lo stimolo per tutti i professionisti a guardare avanti con sicurezza, convinzione e ottimismo.

VINCENZO MARRA ■



Dr. Gianfranco Prada
Presidente Nazionale ANDI

"Sfruttiamo il cambiamento per rilanciare al meglio la nostra professione"

Presidente Prada, il 61° Congresso scientifico ANDI si è da poco concluso a Roma. E' soddisfatto degli esiti della manifestazione?

Certamente, sono molto soddisfatto. Nonostante fossimo sicuri dell'ottima organizzazione, dell'alta qualità del programma scientifico di livello ed innovativo, fino a quando non si inaugura un evento, e non si vede il numero dei partecipanti, non si è mai certi di aver organizzato una manifestazione che veramente desta interesse.

Gli oltre 4 mila partecipanti registrati nei due giorni congressuali sono la dimostrazione che il 61° Congresso scientifico ANDI ha pienamente centrato l'obiettivo.

Mi permetta quindi di ringraziare il Segretario Culturale ANDI dott. Carlo Ghirlanda e tutti coloro i quali hanno contribuito al successo del Congresso.

Con la sincerità che l'ha sempre contraddistinta, ci dica come vede il futuro della professione. Quali rassicurazioni intende rivolgere agli odontoiatri italiani?

La rassicurazione che posso dare ai miei colleghi è quella che la loro Associazione continuerà a battersi perché il dentista libero professionista rimanga il punto centrale dell'assistenza odontoiatrica in Italia. Oramai in questi anni abbiamo ampiamente percepito che non potremo avere aiuti importanti dalla politica, come abbiamo capito che se non lavoriamo ad un progetto comune, condiviso da tutte le

componenti del settore, non faremo altro che dare spazio a chi vuole affossare l'odontoiatria, come oggi la conosciamo. Sono particolarmente contento che durante i saluti delle autorità presenti al nostro 61° Congresso Scientifico molti abbiano sottolineato che la strada giusta per dare un futuro a tutta l'odontoiatria italiana è quella intrapresa da ANDI.

Lei poi mi chiede anche come vedo il futuro della professione. Ebbene, non vorrei essere accusato di pessimismo, ma io mi ritengo un realista e sono troppo rispettoso dei miei colleghi per non raccontare la verità. La professione sta subendo un profondo mutamento determinato sì dalla crisi economica che investe il Paese, ma anche dalla trasformazione della nostra società e da un cambiamento inesorabile del rapporto medico-paziente e delle esigenze del paziente in tema di salute orale. Se sapremo sfruttare, ed adattare, il cambiamento potremo garantire la sopravvivenza della nostra attività libero professionale, altrimenti la consegneremo nelle mani di pochi gruppi economici che vedono nell'odontoiatria una delle ultime branche dalla sanità dove poter investire ottenendo profitto.

Riduzione della richiesta di cure odontoiatriche: quali dati emergono dall'indagine condotta dal Servizio Studi presentata durante il Congresso?

I dati presentati dal Servizio Studi confermano che gli italiani disertano le visite dal

dentista. Ma la vera novità emersa dall'indagine è stata quella di aver dimostrato quanto la mancata effettuazione delle visite di prevenzione porta ad un peggioramento della salute orale, con la conseguente necessità di cure molto più costose a cui doversi sottoporre in seguito. E' per questo che chiediamo alle Istituzioni di incentivare la prevenzione e di aumentare gli sgravi fiscali per i pazienti che si curano. **Nel corso della manifestazione si è dibattuto anche di contrasto all'abusivismo professionale. Vuole illustrarci le iniziative intraprese dall'ANDI a tal proposito?**

Da sempre ANDI è in prima linea per sensibilizzare i cittadini sui rischi di affidarsi a dei falsi dentisti. Durante il Congresso abbiamo presentato la campagna informativa che nel 2014 renderà consapevoli i cittadini sui rischi che comporta il farsi curare da un dentista abusivo, perché abbiamo capito che bisogna lavorare ancora molto in tal senso. La campagna prevede una serie di iniziative sul territorio che coinvolgeranno anche le sezioni ANDI provinciali, prevedendo inserzioni pubblicitarie (la prima i Soci ANDI la troveranno, da staccare ed appendere in sala d'attesa, sul prossimo numero di ANDI Informa) su quotidiani e riviste nazionali e locali, in aggiunta alla messa in onda dello spot televisivo sulle reti Rai e Mediaset, realizzato grazie al contest sull'abusivismo promosso nei mesi scorsi da ANDI.

VINCENZO MARRA ■

Cosa chiedersi per migliorare la gestione ed il successo dello studio?



Prof. Antonio Pelliccia

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

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

Segue da pag. 1

Che differenza c'è tra il costo ed il prezzo di una prestazione? Qual è il prezzo minimo di vendita sotto il quale non raggiungerei alcun profitto?

Cosa sono i centri di responsabilità? Il marketing relazionale è uno strumento di successo misurabile? Quanto posso investire in marketing? Che differenza c'è tra pubblicità e marketing? Cos'è un business plan ma, soprattutto, perché redigerlo? Meglio essere unici titolari dello studio, oppure associarsi? Perché alcuni costituiscono le Srl sanitarie? Come si calcola l'avviamento dello studio e quanto vale il mio studio? Posso assumere mia moglie o i miei figli? Come posso comunicare ai pazienti attraverso Internet? Facebook ed il Web possono essere una risorsa o un rischio per me? Come progettare il mio sito Internet perché sia visitato spesso dai pazienti? È possibile misurare oggettivamente una strategia di marketing? Ma come si costruisce una strategia di marketing? Come motivare un paziente? Come costruire una squadra vincente, un team efficace ed efficiente?

Come confrontarmi con i miei concorrenti? Cosa sono i servizi aggiuntivi ed il valore aggiunto? Convenzionamenti? Cos'è un

budget? Come si misura una comunicazione efficace? La comunicazione diretta in cosa consiste? In cosa consiste, invece, la comunicazione indiretta? Come si stabilisce l'obiettivo di un piano di comunicazione esterno per lo studio odontoiatrico? Cos'è una relazione dialogica? Cos'è una relazione? Quando non si stabilisce una relazione con il paziente? C'è differenza tra psicologia e filosofia dell'impresa nello studio odontoiatrico? Come si forma e come si gestisce il rapporto di fiducia tra medico e paziente? È necessario stabilire ruoli definiti per motivare i pazienti? La motivazione è un effetto o una causa del rapporto di fiducia tra persone? La fiducia è un concetto emozionale o razionale? La comunicazione efficace interpersonale può essere ottenuta con un metodo scientifico? L'emozione è una complessa catena di eventi che comincia con la percezione di uno stimolo e si integra combinandosi con un insieme di altre emozioni primarie e secondarie?

Cosa significa Web 2.0? Cos'è l'ascolto attivo? Il feedback è l'effetto retroattivo di un messaggio su chi lo ha prodotto? Nel paziente l'apprendimento è un processo naturale con cui perseguire gli obiettivi per se stesso significativi, oppure è un filtro della realtà

La professione odontoiatrica è oggi costellata da una serie di interrogativi che ne rendono complessa la gestione. Un giusto approccio alle logiche del management sanitario può contribuire a semplificarla

esterna, determinato dalle emozioni, ad esempio dalla paura o dal costo della prestazione? Quando il paziente è motivato? La Cartella Clinica Visiva Odontoiatrica - Ediz. Acme, Autore Antonio Pelliccia) cos'è? Nella leadership situazionale di Hersey e Blanchard, il rapporto relazione/compito cos'è, in cosa consiste? Nella finzione vicinanza/valore, sul rapporto tra la vicinanza del medico e il valore della relazione percepita, quando si realizza marketing? Quali sono le variabili della leadership? Cos'è il comportamento direttivo (orientamento al compito) + supporto emotivo e relazionale (orientamento alle relazioni) + livello di maturità dei collaboratori (capacità di assumersi le responsabilità)? Come rendere il paziente consapevole ed in grado di memorizzare il valore di quanto ricevuto? Gli scambi comunicativi come possono essere? Nel marketing, cosa significa assetto personale? L'analisi dei costi è una delle valutazioni da svolgere prima di ogni campagna di comunicazione? In cosa consiste il "principio della priorità

operativa"? Cosa si intende per stabilità della programmazione? Cos'è il CRM? Cos'è il Controllo di Gestione? Quando ha inizio e quando termina il ciclo produttivo? Quando ha inizio e quando termina il ciclo economico? Quando inizia e termina il ciclo finanziario? Quando inizia e termina il ciclo monetario? Quali sono i valori economici? Quali sono valori finanziari? Cosa si intende per database di qualità nell'email marketing? Una newsletter efficace da spedire ai propri pazienti, cosa deve contenere e che caratteristiche deve avere? La funzione principale della newsletter in odontoiatria qual è? Come si misura una newsletter efficace? La differenza tra costi medi totali e costi medi variabili è uguale ai costi medi fissi? Per uno studio dentistico operante in un mercato di concorrenza perfetta il prezzo è uguale al ricavo marginale? Se diminuisce il prezzo delle terapie vendute, la curva di domanda di lavoro dello studio dentistico si sposta verso il basso? Se il livello di produzione è inferiore al reddito di equilibrio cosa accade? Nel caso della permuta di un bene

strumentale, cosa viene fatturato? Le minusvalenze o le plusvalenze derivanti dall'alienazione di un fabbricato civile sono componenti reddituali della gestione straordinaria? Qual è la percentuale giusta da dare ad un consulente clinico/chirurgico? Cos'è il Referral Program ed il marketing etico sanitario? La situazione, l'ambiente ed il contesto, come gestirli? Come conoscere ed interpretare le esigenze e le aspettative dei pazienti? Come conquistare un nuovo paziente? Come farsi preferire ed ottenere il consenso? L'effetto Primacy può indurre curiosità ed interesse? Gestire le proprie emozioni e comunicare in modo emozionale con l'ausilio delle tecnologie e delle immagini? In cosa consiste la tecnica delle domande? L'approccio empatico e la tecnica "competitive advantage" in cosa consistono? Come concedere e ricevere fiducia? Saper risolvere problemi e criticità della comunicazione con il rapporto dialogico è possibile? La discussione e l'accettazione delle premesse: quali sono le condizioni del management comunicazionale? Qual è l'importanza della comunicazione persuasiva? Differenza tra informare e comunicare? In cosa consistono la motivazione individuale e il coaching automotivazionale?



Aggiungete domande per favore? Sono sicuro che saprete integrare questo articolo...

(Tutte le risposte alle domande di questo articolo sono oggetto del CPA - Corso Pratico Annuale di Management e Marketing edizione 2014 - relatore Prof. Antonio Pelliccia. A tal proposito scopri i dettagli a pag.17)

ANTONIO PELLICCIA ■

Ecco come l'ENPAM interviene a sostegno degli odontoiatri



Dr. Giampiero Malagnino
Vice Presidente Vicario ENPAM

Dr. Malagnino, quali sono le ultime novità in tema di assistenza e previdenza relative agli odontoiatri italiani?

Prima di elencare le novità, cioè gli elementi che costituiscono le nuove regole della previdenza del Fondo della libera professione, è utile accennare brevemente, in maniera forse troppo semplicistica, ai due motivi principali che hanno obbligato l'Enpam a deliberare la riforma.

1. I parametri con cui erano valorizzati i versamenti che i liberi professionisti, e tutti coloro che avevano redditi da libera professione, partivano da un dato vecchio: la speranza di vita a 65 anni era valutata essere di 8 anni per gli uomini e circa 12 per le donne. Oggi, invece, la speranza di vita, fortunatamente, è molto più lunga: circa 18 anni per gli uomini e 22 per le donne. Questo significa che i versamenti fatti erano sufficienti a coprire le pensioni per circa 10 anni, gli altri 8 o 12 sarebbero dovuti essere garantiti dal rendimento del patrimonio (cosa impossibile), oppure dai versamenti delle generazioni successive (cosa eticamente non accettabile). Da qui nasce la necessità di intervenire.
2. Mentre stavamo discutendo sul come, è stata approvata il decreto "Salvaltalia" del Governo Monti che al comma 24 dell'art. 24 obbligava gli enti di previdenza privatizzati, cioè le casse dei

professionisti, ad avere una "sostenibilità" (cioè la capacità di dimostrare di poter pagare le pensioni) per i prossimi 50 anni esclusivamente con i proventi dei contributi che gli iscritti attivi avrebbero versato. Se le casse non fossero state in grado di dimostrarlo, avrebbero dovuto adottare il sistema "contributivo" (quello pubblico, adottato per legge dall'INPS). Questo significa non consentire alle casse di pagare le pensioni utilizzando non solo il patrimonio, ma addirittura neanche le risorse che il patrimonio rende (affitti, cedole, interessi ecc.). Considerato che la legge precedente ci obbligava ad avere 15 anni di sostenibilità, utilizzando anche il patrimonio, purché ne restasse a sufficienza per garantire le pensioni per 5 anni, è evidente che questo comma avesse più l'obiettivo di eliminare le regole e i "vantaggi" che i liberi professionisti si erano costruiti con i loro risparmi, che quello di dare sicurezza ai giovani, come pure aveva motivato la professoressa Fornero.

Quindi, pur coscienti della inutilità e della gravosità della riforma, utile solo ad aumentare i patrimoni delle casse (l'Enpam tra 50 anni avrebbe avuto un patrimonio di circa 180 miliardi!), dopo aver ottenuto di poter utilizzare almeno i proventi del patrimonio, grazie a una forte battaglia fatta in Parlamento, sostenuta molto efficacemente dal nostro collega sen. Giuseppe Marinello, abbiamo preso delle

decisioni pregiudiziali:

1. **Interventi parametrici sull'attuale sistema retributivo:** per non perdere l'autonomia decisionale della categoria.
2. **Non toccare le pensioni in essere.**
3. **Rispettare il principio del pro-rata:** cioè quello che era stato maturato al 31/12/2013 non viene messo in discussione.
4. **Garantire la flessibilità per la data del pensionamento:** ogni collega deve poter decidere, entro certi parametri, quando andare in pensione.

Per raggiungere questi obiettivi abbiamo dovuto fare i seguenti interventi:

- sulla **aliquota di rendimento** dei contributi incassati, riducendo di fatto la valorizzazione assegnata già al momento della sua riscossione di una misura che tenga conto dell'aspettativa di vita post lavorativa del contribuente
- sulle **riduzioni** assegnate a chi va in pensione prima dell'anno stabilito di **pensione ordinaria di vecchiaia** in una misura che tenga appunto conto di quanto tempo poi la Fondazione dovrà pagargli la pensione (la pensione anticipata non era prevista per i liberi professionisti)
- nell'ambito del range di scelta del pensionamento, spostare in maniera tecnicamente e attuarialmente definita **l'età del pensionamento ordinario** sotto il quale scattano le riduzioni di cui sopra

- solo soddisfatti i punti precedenti, procedere all'eventuale aumento dell'aliquota contributiva, per garantire pensioni di importo adeguato.

Da qui le nuove regole comuni a tutti i fondi:

1. Innalzamento graduale dell'età di vecchiaia: dal 2013 si aumenta di sei mesi ogni anno. Nel 2013 si va in pensione a 65 anni e 6 mesi; nel 2014 a 66 anni, nel 2015 a 66 anni e 6 mesi e così via fino al 2018, anno da cui si andrà in pensione a 68 anni. (I nati nel 1953 saranno i primi ad andare in pensione a 68 anni: il presidente Alberto Oliveti ed io stesso siamo nati nel 1953!)
2. pensione anticipata al raggiungimento dei 59 e 6 mesi nel 2013, 60 nel 2014, 60 e 6 mesi nel '15 e così via fino ai 62 anni nel 2018, unitamente a 35 anni di contribuzione e 30 anni di laurea, o con qualunque età anagrafica in presenza di 42 anni di anzianità contributiva e 30 anni di laurea
3. incremento graduale dell'aliquota contributiva, secondo una progressione connessa alle specificità dei singoli Fondi, ovvero passaggio al sistema di calcolo contributivo nel rispetto del pro-rata
4. applicazione dall'1.1.2013 dei coefficienti di adeguamento all'aspettativa di vita per anticipo della prestazione rispetto al requisito di vecchiaia vigente nell'anno
5. dall'1.1.2013 applicazione di una maggiorazione del 20% dell'aliquota di rendimento pro-tempore vigente, per ogni periodo di permanenza in attività oltre l'età di vecchiaia, in luogo dell'attuale 100% previsto per i Fondi Speciali (esclusa la Quota A)
6. rivalutazione dei compensi al 100% dell'indice Istat per chi ha meno di 50 anni all'1.1.2013; al 75% per gli over 50.

Gli interventi specifici sul Fondo della libera professione sono i seguenti:

- applicazione, dall'1.1.2013, di una aliquota di rendimento dell'1,25% annuo
- incremento annuo dell'1% dell'aliquota

contributiva dal 2015 fino al 19,50% nel 2021. Fino al 2015 rimane al 12,5%

- graduale incremento del tetto reddituale oltre il quale la contribuzione è dovuta nella misura dell'1% (euro 70.000 dall'1.1.2013; euro 85.000 dall'1.1.2014; pari al massimale contributivo ex legge 335/1995 dall'1.1.2015).
- Tutti questi interventi, più quelli fatti dagli altri fondi, hanno consentito l'approvazione della riforma e, quindi, il mantenimento della autonomia decisionale della categoria. Abbiamo superato lo "stress test", quindi a mio modo di vedere ritorniamo a dover rispettare le regole precedenti: potremo usare a pieno il patrimonio e la sostenibilità non dovremo più dimostrarla a 50 anni, ma a 30. Aver mantenuto l'autonomia significa che, col prossimo bilancio attuariale, previsto sul bilancio consuntivo 2014, potremo valutare se sono davvero indispensabili questi "sacrifici", o se potremo, come credo, renderli più equi.

Lei prima di essere Vice Presidente Vicario Enpam è uno stimato e apprezzato odontoiatra. Chi meglio di lei può ricordare quali sono le istanze più pressanti della categoria su cui deve concentrarsi l'azione dell'Ente?

Essere stati obbligati a questa riforma in un periodo di fortissima crisi economica e di grandi cambiamenti sociali, costringendo i colleghi a ulteriori sacrifici oltre quelli fatti a causa della importante diminuzione della domanda di prestazioni odontoiatriche private, ci ha indotto a rateizzare il versamento dei contributi: sarà possibile pagare il dovuto fino a 5 rate, invece che in una unica soluzione come è previsto ora. Questo è già deliberato.

Proprio questa crisi ha messo in evidenza la necessità che il secondo compito della Fondazione, l'Assistenza, debba essere riformata. Ora l'Enpam può intervenire a sostenere i colleghi in caso di calamità naturali (si pensi al terremoto de l'Aquila e di Modena, o alle inondazioni di Olbia e della Sardegna), di interruzione del lavoro per gravissimi motivi di salute, o di vera

e propria indigenza. Stiamo ragionando sulla necessità, e di conseguenza sui sistemi con cui intervenire, di dare un sostegno anche in caso di mancanza di lavoro dovuto a periodi di crisi, a dare tutele di cui finora non si era sentita la necessità. Siamo già riusciti a inserire in una legge questo "allargamento" del concetto di assistenza, ora dobbiamo trovare le risorse e le forme con cui attuarlo.

Sempre a proposito di Enpam, in cosa consiste il Progetto Giovani riservato ai professionisti neo-iscritti?

Siamo coscienti del fatto che i giovani colleghi cominciano a lavorare più tardi e, quindi, a fare più tardi versamenti utili per la costruzione della loro pensione. Dai dati in nostro possesso già oggi i contributi cominciano ad essere "previdenzialmente utili" dai 37-38 anni in poi. Cioè si hanno solo 30 anni di contribuzione: inevitabilmente la pensione sarà proporzionale ai versamenti fatti e, di conseguenza, potrebbe essere non "adeguata". Il nostro obiettivo è quello di cercare le condizioni per consentire ai giovani colleghi di poter iniziare subito a lavorare, con un reddito sufficiente a costruirsi la pensione. Lo stiamo facendo con "l'osservatorio occupazionale": studiamo insieme a ricercatori dell'OCSE, dell'ISFOL, dell'ISTAT, del CENSIS e altri centri di ricerca, al ministero della Salute e dell'Università tutti i dati utili per capire qual è l'andamento del mercato del lavoro, quali saranno le nuove tecnologie, le nuove domande dei pazienti, eccetera. Stiamo, insieme all'ADEPP (associazione delle casse dei professionisti), andando in Europa a sollecitare sostegno ai professionisti: siamo riusciti ad ottenere che anche le libere professioni, oltre alle PMI, sono il motore di sviluppo dell'Europa, creando così i presupposti per finanziamenti europei all'innovazione e allo sviluppo delle libere professioni nell'Action Plane 2014-2016. Le casse, e l'Enpam per prima, vogliono essere protagonisti di un rilancio della libera professione e dei liberi professionisti in Italia.

VINCENZO MARRA ■

La corsa alle detrazioni per ristrutturare

A cura del dr. Vincenzo Statelli, Ragioniere Commercialista



Il DL n. 63/2013, convertito con legge n. 90/2013, ha modificato alcune disposizioni concernenti le agevolazioni fiscali in materia di immobili. Nel dettaglio, le modifiche riguardano le agevolazioni sul recupero edilizio (per cui comunemente è riconosciuta una detrazione del 36%, salvo quanto si dirà in seguito) e sul risparmio energetico (per cui ordinariamente è riconosciuta una detrazione del 50%).

Come ormai noto a tutti, per effetto del DL Salva Italia, gli incentivi sul risparmio energetico sono previsti dall'articolo 16 bis TUIR con conseguente applicazione della minore detrazione del 36%, pur tuttavia a seguito e per gli effetti di successivi interventi, in ultimo il DL n. 63/2013, le agevolazioni sono state rifinanziate e ritoccate in senso più favorevole per i contribuenti.

Situazione attuale

In via estremamente riassuntiva possiamo affermare che:

- si può beneficiare dell'agevolazione per il recupero edilizio (36%) con un'aliquota maggiorata del 50% su un massimale raddoppiato (da 48.000 a 96.000 euro) e del 65% per gli interventi antisismici;

- si può beneficiare dell'agevolazione per il risparmio energetico (50%) con un'aliquota maggiorata del 65% con massimali di spesa invariati;

- si può detrarre il 50% delle spese per l'acquisto di mobili e grandi elettrodomestici con un massimale di 10.000 euro.

A chi si applica il beneficio della maggiore detrazione?

Per effetto di numerose modifiche alla disciplina delle agevolazioni sul recupero edilizio e sul risparmio energetico, i contribuenti fino al prossimo 31.12.2013 potranno beneficiare di una detrazione del 50% su un massimale di 96.000 euro. La maggiorazione della detrazione si applica, secondo l'Agenzia delle Entrate, a tutti gli interventi previsti nell'ambito di applicazione della detrazione del 36%, compresa anche l'ipotesi di recupero edilizio/restauro conservativo di immobili operato da cooperative

edilizie con assegnazione degli immobili entro sei mesi dal termine dei lavori. Tale ipotesi differisce da quelle ordinarie in quanto l'importo della spesa detraibile è fissato al 25% del prezzo di vendita/cessione dell'immobile (non si provvede, quindi, al calcolo delle spese ma semplicemente si fissa la quota detraibile forfettariamente in base all'importo della cessione).

Viene introdotta, inoltre, un'ulteriore ipotesi di detrazione maggiorata, nel caso in cui un contribuente sostenga spese per interventi antisismici per edifici ricadenti in zone ad alta pericolosità sismica, utilizzati per attività produttive o come abitazione principale. In tal caso viene concessa una detrazione del 65% delle spese su un massimale di 96.000 euro.

Le spese sostenute per gli interventi in precedenza descritti possono fruire fino al 31 dicembre 2013 dell'aliquota del 65%, a condizione che le procedure di autorizzazione siano avviate a decorrere dal 4 agosto 2013, data di entrata in vigore della legge di conversione del decreto 63/2013.

Detrazioni per gli acquisti di elettrodomestici e mobili

Ai contribuenti che fruiscono della detrazione per il recupero edilizio è riconosciuta una detrazione dall'imposta lorda, fino a concorrenza del suo ammontare, nella misura del 50% delle ulteriori spese documentate per l'acquisto di mobili e di grandi elettrodomestici di classe non inferiore alla classe energetica A+, nonché alla classe energetica A per i forni per le apparecchiature per le quali sia prevista l'etichetta energetica, finalizzati all'arredo dell'immobile oggetto di ristrutturazione.

La detrazione può essere fruita su un massimale di spesa di 10.000 euro in dieci rate.

Si precisa che

Al riguardo, l'Agenzia delle Entrate ha precisato che possono costituire valido presupposto per la fruizione della detrazione l'effettuazione di interventi edilizi sia su singole unità immobiliari residenziali sia su parti comuni di

edifici residenziali. Viene escluso esplicitamente che gli interventi sulle parti comuni permettano di agevolare l'acquisto di mobili ed elettrodomestici per l'abitazione.

Ricapitolando in sintesi

Le ipotesi in cui è ammessa l'agevolazione su mobili e arredi sono le seguenti:

→manutenzione ordinaria, di cui alla lett. a) dell'art. 3 del DPR n. 380 del 2001, effettuata sulle parti comuni di edificio residenziale;

→manutenzione straordinaria, di cui alla lett. b) dell'art. 3 del DPR n. 380 del 2001, effettuata sulle parti comuni di edificio residenziale e su singole unità immobiliari residenziali;

→restauro e risanamento conservativo, di cui alla lett. c) dell'art. 3 del DPR n. 380 del 2001, effettuati sulle parti comuni di edificio residenziale e su singole unità immobiliari residenziali;

→ristrutturazione edilizia, di cui alla lett. d) dell'art. 3 del DPR n. 380 del 2001, effettuata sulle parti comuni di edificio residenziale e su singole unità immobiliari residenziali;

→interventi necessari alla ricostruzione o al ripristino dell'immobile danneggiato a seguito di eventi calamitosi, ancorché non rientranti nelle categorie precedenti, sempre che sia stato dichiarato lo stato di emergenza;

→restauro e risanamento conservativo, e ristrutturazione edilizia, di cui alle lettere c) e d) dell'art. 3 del DPR n. 380 del 2001, riguardanti interi fabbricati, eseguiti da imprese di costruzione o ristrutturazione immobiliare e da cooperative edilizie, che provvedano entro sei mesi dal termine dei lavori alla successiva alienazione o assegnazione dell'immobile.

Mobili agevolabili

I beni agevolabili sono mobili ed elettrodomestici (nuovi) per cui è prevista l'etichetta energetica, il cui acquisto è avvenuto dal 06.06.2013 ed entro il 31.12.2013.

Rientrano tra i "mobili" agevolabili, a titolo esemplificativo, letti, armadi, cassettiere, librerie, scrivanie, tavoli, sedie, comodini, divani, poltrone, credenze, nonché i materassi e gli apparecchi di illuminazione che costituiscono un necessario completamento dell'arredo dell'immobile oggetto di ristrutturazione. Non sono agevolabili, invece, gli acquisti di porte, di pavimentazioni (ad esempio, il parquet), di tende e tendaggi, nonché di altri complementi di arredo.



Elettrodomestici agevolabili

Per quel che riguarda i grandi elettrodomestici, la disposizione limita il beneficio all'acquisto delle tipologie dotate di etichetta energetica di classe A+ o superiore, A o superiore per i forni, se per quelle tipologie è obbligatoria l'etichetta energetica. L'acquisto di grandi elettrodomestici sprovvisti di etichetta energetica è agevolabile solo se per quella tipologia non sia ancora previsto l'obbligo di etichetta energetica. Per quanto riguarda l'individuazione dei "grandi elettrodomestici", in assenza di diverse indicazioni nella disposizione agevolativa, costituisce utile riferimento l'elenco di cui all'allegato 1B del decreto legislativo 25 luglio 2005 n. 151, secondo cui rientrano nei grandi elettrodomestici, a titolo esemplificativo: frigoriferi, congelatori, lavatrici, asciugatrici, lavastoviglie, apparecchi di cottura, stufe elettriche, piastre riscaldanti elettriche, forni a microonde, apparecchi elettrici di riscaldamento, radiatori elettrici, ventilatori elettrici, apparecchi per il condizionamento.

Modalità di pagamento

Possono essere utilizzati per il pagamento dei mobili e degli elettrodomestici agevolati sia i bonifici (con indicazione del codice fiscale e della partita iva del beneficiario e l'indicazione del pagamento di ristrutturazioni fiscalmente agevolabili) sia le carte di credito/debito. Un ultimo banale consiglio, conservate tutte le ricevute per almeno 10 anni!



invisalign®

Un'alternativa trasparente
all'apparecchio



Prof. Enrico F. Gherlone

Professore Ordinario di Malattie Odontostomatologiche
 Presidente del Corso di Laurea in Odontoiatria e Protesi Dentaria
 Presidente del Corso di Laurea in Igiene Dentale
 Direttore dell'Unità Operativa di Odontoiatria, Istituto Scientifico H San Raffaele - Milano
 Membro Effettivo del Consiglio Superiore di Sanità
 Presidente eletto del Collegio dei Docenti di Odontoiatria

Il ruolo della comunicazione in odontoiatria al 7° Expo di Autunno

Prof. Gherlone, il 7° Expo di Autunno si è da poco concluso. Vuole tracciare un bilancio della due giorni congressuale?

Il bilancio è molto positivo, sia dal punto di vista numerico (oltre 1400 presenze registrate) che scientifico, per entrambe le giornate della manifestazione.

E' indubbio come le tematiche del congresso abbiano favorito la partecipazione di molti colleghi provenienti da ogni parte d'Italia, sia per la giornata di venerdì, riguardante la ricerca effettuata nelle varie sedi universitarie del Nord, che per la giornata di sabato, dove l'argomento "la comunicazione in odontoiatria" ha riscontrato un successo inaspettato.

Sono stato particolarmente soddisfatto della nutrita presenza di giovani, il futuro della nostra professione, i quali hanno potuto ascoltare relatori esperti e di altissimo livello per il loro aggiornamento.

Levento ha avuto come titolo "La comunicazione in Odontoiatria", un aspetto sempre più preponderante nell'ottica del successo professionale, non crede?

Sono perfettamente d'accordo. La vita professionale dell'odontoiatra contemporaneo è andata incontro a profondi cambiamenti. Il professionista deve necessariamente attivare un percorso di comunicazione con il proprio paziente per renderlo edotto della diagnosi e soprattutto di ogni passaggio del piano terapeutico.

Oltre a ciò, l'odontoiatra del 2013 non può ignorare i canali di una comunicazione esterna al proprio studio, pena l'esclusione da circuiti informativi sempre più rapidi e globalizzati.

Infine, un importante ruolo comunicativo spetta anche

all'Accademia, la quale deve farsi carico di comunicazioni continue nei confronti della collettività e dello Stato.

Comunicazione odontoiatra-paziente per raggiungere un adeguato grado di compliance e comunicazione verso l'esterno della propria qualità professionale per una promozione etica di se stessi. Qual è il suo punto di vista al riguardo?

Alla base di un corretto rapporto medico-paziente, in questo periodo di forti conflittualità, è necessario più che mai trasferire al paziente informazioni esaurienti attraverso una comunicazione efficace.

L'etica in questo rapporto risiede nella necessità di individualizzazione del trattamento terapeutico in base alla diagnosi effettuata, anche per poter meglio interpretare i desideri del paziente stesso.

Per quanto riguarda invece il rapporto con la società, la comunicazione mira a definire la figura del professionista in modo non equivoco ed a descrivere l'utilità sociale della figura stessa.

Solo attraverso una campagna di sensibilizzazione e di informazione è possibile arrivare ad instaurare un rapporto ideale tra professionisti ed utenti.

VINCENZO MARRA ■



Un momento del Congresso tenutosi il 22 e 23 novembre scorsi a Milano

Paste adesive: quali peculiarità per il benessere del paziente?



Dr. Claudio Gammella
Odontoiatra

Dr. Gammella, in che modo le paste adesive possono contribuire a migliorare il comfort e l'efficienza di una protesi totale rimovibile?

La protesi totale rimovibile, per esser chiari la cosiddetta dentiera, fa paura. Sono diversi i dubbi che preoccupano chi dovrà portarla. Si muoverà? Potrò più masticare le stesse cose proprio come facevo prima? Avvertirò fastidi o dolore? L'alito ne risentirà?

Queste sono solo alcune delle domande che scaturiscono da reali problematiche che in passato si riscontravano nei portatori di protesi rimovibile. Oggi, grazie a disegni della protesi più confortevoli, più ritentivi e all'importante ausilio degli adesivi per dentiere, nessuna delle problematiche sopra esposte ha ragione di essere temuta.

Le paste per dentiera infatti agiscono su più fronti:

- aumentano la ritenzione e rendono la protesi più stabile: come una goccia d'acqua messa tra due lastre di vetro rende difficile la separazione delle stesse, così la pasta adesiva stabilizza la protesi. La maggiore stabilità rende la "dentiera" più confortevole ed evita l'infiltrazione di cibo che può generare dolore e cattivo odore;
- la sua composizione è antimicrobica e quindi evita la possibilità di insorgenza di infezioni micotiche e

batteriche, di conseguenza problemi di alitosi;

- le paste adesive hanno un potere ammortizzante: il carico masticatorio è meglio distribuito grazie al cuscinetto che è in grado di fornire.

Quali peculiarità deve avere una pasta adesiva per dare garanzia di affidabilità e sicurezza in termini di prestazioni?

Sono molte le caratteristiche che dovrebbe possedere una pasta adesiva per potersi ritenere sicura ed affidabile: la composizione chimica deve essere compatibile con la mucosa orale, deve garantire una maggiore stabilità della protesi, ammortizzarla, avere attività antimicrobica, non alterare il sapore del cibo. Un paziente però non può leggere e confrontare la composizione chimica delle paste presenti in commercio, pertanto ritengo sia compito del medico odontoiatra quello di indicargli la più adeguata, in quali casi utilizzarla e come adoperarla. Sebbene i prodotti attualmente in commercio siano spesso di facile impiego, aiutare il paziente



nel primo utilizzo può facilitargli ulteriormente il compito. Solo allora una pasta adesiva potrà risultare efficace ed efficiente e rispondere appieno alle esigenze del paziente.

Infine, bisogna ribadire che come per tutte le cose nuove, anche per la dentiera ci vuole tempo per abituarsi a portarla, ma le paste adesive migliorano sensibilmente la compliance della protesi da parte del paziente. Questo è ancor più vero se si associano i controlli specialistici periodici per correggere eventuali abitudini viziate e ricevere i preziosi suggerimenti del medico odontoiatra. Sentirsi a proprio agio con la protesi è un fattore fondamentale nel benessere generale dell'individuo: per stare bene è importante sentirsi bene, e garantire almeno le azioni quotidiane come naturali è conditio sine qua non si possa aspirare ad un benessere generale.

A CURA DELLA REDAZIONE ■

-La campagna lanciata da ANDI per il contrasto all'abusivismo professionale è volta a sensibilizzare in misura maggiore i cittadini sui rischi per la salute che può cagionare un falso dentista. Solo una maggiore consapevolezza da parte dei pazienti potrà contribuire a rendere il fenomeno dell'abusivismo meno diffuso e dilagante.



-Il Servizio Studi ANDI nel corso del 61° Congresso scientifico di novembre ha presentato un'indagine relativa allo status dell'assistenza odontoiatrica in Italia. Tra i numerosi dati emersi, va sottolineato quello che dimostra quanto in Italia la crisi economica abbia determinato, più che nel resto d'Europa, una maggiore

percentuale di rinuncia alle cure odontoiatriche (come si può evincere dalla tabella in fondo alla pagina). L'ovvia conseguenza di tale situazione sarà riscontrabile, nel medio periodo, in un aggravamento delle patologie orali preesistenti sulle quali non si è intervenuti tempestivamente.

-Lo scorso 5 dicembre, presso il Centro culturale Henry Schein Krugg di Milano, si è tenuto un interessante ed apprezzato dibattito sui temi del marketing odontoiatrico e della percezione che i cittadini italiani hanno nei confronti del proprio dentista. Una serata molto partecipata che ha visto come relatori il prof. Antonio Pelliccia e il prof. Renato Mannheimer (vedi foto).



“L'obiettivo del testo predisposto e sottoposto all'attenzione di alcuni parlamentari sensibili al problema è quello di introdurre un sistema di deducibilità integrale delle spese sostenute dai professionisti, per la partecipazione ai corsi di formazione continua e relative spese di viaggio e soggiorno, alla luce del fatto che si tratta di partecipazione obbligatoria e che se disatteso potrà comportare illecito disciplinare”. Le parole sono del Presidente Nazionale ANDI, dr. Gianfranco Prada, e fanno riferimento agli emendamenti alla legge di Stabilità sottoscritti da parte di alcuni parlamentari che consentano di portare in deducibilità, integralmente, le spese sostenute per la formazione continua obbligatoria.

-“Da tempo – ricorda il Presidente Prada – evidenziamo ai Ministeri competenti come il sistema ECM penalizzi economicamente dentisti e medici liberi professionisti, chiedendo un intervento che ci

è sempre stato negato per una mancata copertura finanziaria. Quanto da noi proposto dimostra che è possibile concedere le detrazioni, senza incidere sul bilancio dello Stato”.

-Quale occasione migliore del Natale per ricordarsi di aiutare i progetti di solidarietà della Fondazione ANDI? Scopri le numerose iniziative portate avanti e come poterle sostenere concretamente collegandoti al sito www.fondazioneandi.org.

Tab. 4 : Percentuale di Individui di 16 anni e più che hanno rinunciato (almeno una volta negli ultimi 12 mesi) per motivi economici (non se lo poteva permettere) ad una visita dal dentista di cui avevano bisogno - Anno 2011, anno di riferimento dei dati

Paesi	2007	2011	Differenza tra il 2011 e il 2007
Belgio	1,2	2,9	1,7
Danimarca	2,6	2,9	0,3
Francia	3,2	4,3	1,1
Germania	4	2	-2
Grecia	5,1	6,8	1,7
Inghilterra	0,5	0,5	0
Italia	5,8	8,9	3,1
Lussemburgo	0,6	1	0,4
Norvegia	4,4	4,2	-0,2
Spagna	3	3,7	0,7
Svezia	5,3	4,6	-0,7
Svizzera		4,4	

Fonte : Elaborazione Andi, servizio studi 2013 su dati Eu-Silc European statistics of income and living conditions, 2013

A CURA DELLA REDAZIONE ■

Arianto gli strumenti e la formazione per un (ODONTOIATRA)²

Leadership
Management
Marketing
Economia
Fisco
Finanza
Pubblicità
Referral Program
Risorse Umane
e molto altro ancora

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

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



Prof. Antonio Pelliccia

Consulente di Direzione per le Strategie di Impresa e per la Gestione Strategica delle Risorse Umane, Marketing & Management. Prof. a c. Economia ed Organizzazione

Aziendale Università Cattolica del Sacro Cuore Policlinico Agostino Gemelli, Roma ed Università Vita e Salute Ospedale S. Raffaele, Milano.

"Quelli che s'innamorano di pratica senza scienza son come il nocchiere ch'entra in naviglio senza timone o bussola, che mai ha certezza dove si vada. Sempre la pratica deve essere edificata sopra la bona teorica."

Leonardo Da Vinci

Solo 25 posti esclusivi, iscriviti fin da ora!

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

Per info e iscrizioni invia una mail a: info@arianto.it



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

La XI edizione del CPA sta per iniziare.
Essere competitivi oggi.

Migliorare la gestione economica, il mercato e le risorse umane.

Il numero dei partecipanti è limitato perchè il corso è strategico, completamente pratico, con la consegna di strumenti e moduli pronti per l'utilizzo in Studio.
Misurazione oggettiva degli obiettivi.
Didattica interattiva.

Il Corso Pratico Annuale è alle porte, ultimi posti disponibili!
Iscriviti subito, inviando una e-mail a: info@arianto.it



Prof. A. Pelliccia

Consulente di Direzione per le Strategie di Impresa e per la Gestione Strategica delle Risorse Umane, Marketing & Management.

Prof. a c. Economia ed Organizzazione Aziendale Università Cattolica del Sacro Cuore Policlinico Agostino Gemelli, Roma ed Università Vita e Salute Ospedale S. Raffaele, Milano.

Corso Pratico Annuale - CPA - 2014 Milano - Roma

Marketing & Management

CI SONO TRE TIPI DI PERSONE:

Chi fa accadere le cose
Chi guarda le cose accadere
Chi si stupisce di ciò che accade

Perchè sceglierlo?

- Il corso di eccellenza nel Management sanitario, giunto alla sua dodicesima edizione, è aggiornato costantemente con nuove strategie di marketing e comunicazione, fisco ed economia, risorse umane e soluzioni di vantaggio competitivo.
- Un'esperienza di 20 anni di professione da parte del relatore, il prof. Antonio Pelliccia, fatta di centinaia di consulenze direttamente in studio che rappresentano la più efficace ricerca di soluzioni di management in Italia ed in Europa.
- Il CPA è frutto di una costante attività formativa del prof. Antonio Pelliccia, che lo ha costruito e che ha svolto corsi in materia di management in questi anni (una media di 20 all'anno) con più di 18.000

odontoiatri iscritti, quattro libri pubblicati, docenze in sei Università, raccogliendo la più grande esperienza sul tema della gestione dello studio dentistico. Tutto ciò è stato quindi rimesso a disposizione degli odontoiatri, classificato e sviluppato attraverso l'attività di ricerca delle migliori soluzioni, rinnovato costantemente per poter essere personalizzato su ciascuna esigenza in modo misurabile efficacemente, senza dispendio inutile di costi ed energie, con metodologia scientifica.

- Il CPA nasce dalla ricerca ed è un corso svolto secondo principi scientifici e con strumenti di misurazione oggettivi. Non è basato sulla soggettività di un'esperienza personale, sul "secondo me", o "io nel mio studio faccio così"...
- Il programma del CPA si avvale,

altresì, della partecipazione di "Expert User" Tutor: odontoiatri colleghi e professionisti leader nei loro settori, dal diritto al fisco, dall'economia all'architettura, dall'ingegneria al web design. Il tutto è pensato per una formazione a 360° che miri all'eccellenza.

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

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

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

Supporto agli studenti di odontoiatria: l'attività dell'AISO



Emilio Fiorentino

Presidente Nazionale AISO (Associazione italiana studenti di odontoiatria)

Di recente si è tenuta l'Assemblea Nazionale AISO che l'ha eletto presidente. Quali saranno le linee guida che caratterizzeranno il suo mandato? Su quali aspetti intenderà concentrare maggiormente la sua attività?

Nell'Assemblea Nazionale AISO, tenutasi il 5 Ottobre di quest'anno a Parma, molti sono stati gli argomenti affrontati, sia riguardanti l'organizzazione interna dell'Associazione, sia inerenti alle diverse problematiche di interesse nazionale. Oltre alle consuete relazioni dei rappresentanti di sede locale AISO, si è parlato della difficile situazione lavorativa in cui ci troveremo una volta laureati, cioè dell'ormai abnorme sproporzione tra odontoiatri e pazienti: come infatti molti sanno, secondo le linee guida dell'OMS, dovrebbe esserci un odontoiatra ogni duemila pazienti, mentre in Italia attualmente il rapporto è di circa uno a ottocento. Questa condizione si aggraverà nei prossimi anni, soprattutto perché il numero programmato viene già da qualche anno aggirato da studenti che scelgono di spostarsi in paesi esteri in cui l'accesso al corso di laurea in odontoiatria risulta molto meno difficile, in particolare in alcune università private. L'accesso diretto al mondo del lavoro di questi studenti, una volta rientrati in territorio italiano, è diventato ancora più facile, dato che alcune di queste

lauree conseguite all'estero sono abilitanti e non richiedono quindi neanche il sostenimento dell'esame di stato. Trovare una soluzione a questo problema è sicuramente tutt'altro che semplice, ma non possiamo restare a guardare mentre il problema peggiora, quindi ci stiamo già attivando sia per studiare a fondo la legislazione europea, sia per far sentire la nostra voce e proporre eventuali rimedi agli organi di competenza. Questo è uno degli aspetti sul quale, insieme all'intero Direttivo, intendo concentrare l'attenzione.

Progetti ed iniziative future in casa AISO: vuole parlarcene?

Anche quest'anno l'AISO ha stretto i rapporti con diverse aziende del settore, rinnovando la possibilità per le sedi locali di organizzare corsi teorici e pratici, eventi, iniziative, giornate di prevenzione e progetti scientifici. Ad esempio, insieme alla Oral-B organizziamo corsi sull'analisi dell'efficacia degli strumenti per la rimozione della placca batterica, con la Colgate invece sono previsti diversi incontri su vari temi, soprattutto inerenti alla prevenzione. L'AISO aderisce al progetto Colgate di educazione alla salute orale "Sorrisi smaglianti, futuri brillanti", con l'auspicio di riuscire non solo a promuovere l'igiene orale tra i bambini in età scolare, ma anche di condurre uno studio epidemiologico sulla patologia dentarie maggiormente diffuse

in quelle fasce d'età. Nello stesso ambito è in via di definizione anche un altro progetto, nato dalla collaborazione tra la SIOI-Giovani e l'AISO, per l'avvio di uno studio multicentrico su alcune particolari patologie infantili. Inoltre l'AISO parteciperà attivamente alla Giornata Mondiale della Salute Orale insieme all'AIO e all'FDI, così come si accorderà con l'ANDI per una collaborazione in occasione dell'OralCancerDay. La Hu-Friedy invece collabora con la nostra Associazione per l'organizzazione di corsi teorico-pratici di suture e di estrazioni su tessuti animali o su modelli, oltre ad avere uno speciale "University Program" che garantisce ai soci una serie di vantaggi come sconti sugli strumenti e supporto per le tesi di laurea o per la redazione di pubblicazioni scientifiche. Infine, insieme al Prof. Antonio Pelliccia, è in costruzione un progetto per portare all'interno delle sedi locali AISO l'esperienza del Team Arianto, con dei corsi su tematiche legate al management e marketing sanitario e alla corretta gestione dello studio odontoiatrico, aspetti che spesso non vengono trattati durante i sei anni di corsi, ma che risultano di fondamentale importanza affinché lo studente, una volta laureato ed abilitato, sia già pronto ad affrontare le difficoltà del mondo del lavoro anche da questo punto di vista.

VINCENZO MARRA ■

intervista a

Ing. Fabiano Buongiovanni

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

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

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

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

Failatuadomanda.it è stato pensato per soddisfare proprio

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

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

Direttivo Nazionale AISO

(ASSOCIAZIONE ITALIANA STUDENTI DI ODONTOIATRIA)

Presidente:

Emilio Fiorentino

presidente@aisoweb.it

Segretario:

Mauro Andrisani

segretario@aisoweb.it



Consigliere Culturale:

Edoardo Staderini

culturale@aisoweb.it

Tesoriere:

Dario Bellussi

tesoriere@aisoweb.it

National Exchange Officer:

Victor Palumbo

neo@aisoweb.it

Odontoiatra consulente di uno studio? Ecco i punti cardine del contratto



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

L erogazione di prestazioni in forma complessa attraverso strutture odontoiatriche con più riuniti, magari gestite da società, comporta lo svilupparsi di rapporti contrattuali tra il titolare dell'autorizzazione sanitaria e gli odontoiatri che erogano le prestazioni. Spesso sottovalutati, si tratta invece di contratti che, nel caso di contenzioso o nell'ipotesi (più o meno traumatica) di interruzione del rapporto, possono diventare fondamentali.

Quali sono i punti cardine di questi contratti?

A parere di chi scrive se ne possono identificare 10 relativamente ad un possibile contratto tipo:

1. Oggetto del contratto

Nell'oggetto del contratto si stabiliscono i reciproci compiti delle parti nonché le modalità di svolgimento del rapporto.

2. Obblighi di natura organizzativa

La corretta gestione del paziente richiede una piena collaborazione di tutti nella compilazione della cartella clinica, nella raccolta del consenso informato, nel rispetto delle procedure interne operative.

3. Obblighi del titolare di studio

Il titolare dello studio è tenuto a mettere il consulente nella condizione di poter lavorare in maniera da garantire la sicurezza dei pazienti.

4. Attrezzature e materiali

Le apparecchiature ed i materiali di consumo all'interno di una struttura odontoiatrica sono prodotti marchiati CE, i quali devono essere correttamente mantenuti dal titolare, ma altresì correttamente utilizzati dal consulente.

5. Riservatezza

I dati relativi ai pazienti devono tutti essere tutelati da riservatezza: ciò da parte di tutti i soggetti che vengono a conoscenza dei dati stessi.

6. Rivalsa in caso di contenzioso

Il tema del contenzioso è senza dubbio molto delicato e problematico: occorre delineare a livello contrattuale le relative responsabilità.

7. Patto di non concorrenza

Il patto di non concorrenza mira a garantire che non vi siano scorretti



sviamenti di clientela presso altri studi.

8. Privacy

Il consulente gestisce i dati dei pazienti: occorre delineare i limiti di tali utilizzo.

9. Recesso

E' opportuno stabilire, per entrambe le parti, le modalità di recesso dal rapporto: tempi ed eventuali profili economici.

10. Contenzioso

Nel caso di contenzioso tra le parti, in carenza di previsione contrattuale, le parti si rivolgeranno al giudice. Se si ritiene opportuno si possono stabilire contrattualmente altre modalità di risoluzione delle controversie (ad esempio mediazione o altre ADR). ■



Dr. Luigi Omiccioli

Presidente Fondazione Angola ONLUS
Medico chirurgo specialista in odontoiatria

Angola ONLUS, un sorriso per l'Africa



ANGOLA
ONLUS

Dr. Omiccioli, la Fondazione "Angola ONLUS" da lei presieduta si prefigge di contribuire nel concreto alla diffusione dell'assistenza odontoiatrica nel disastrato paese africano. Nel raccontarci come è nata la Fondazione, ci descriva nel dettaglio come opera e quali progetti porta avanti.

Il big-bang della Fondazione Angola ONLUS è stato innescato da un dente del giudizio: quello di una giovane angolana in cura presso il mio studio di Harley Street. Il padre volò da Luanda a Londra per assistere all'intervento e la sua risposta, quando gli chiesi se a Luanda non si estraessero i denti del giudizio ritenuti, mi folgorò: "No". Una ricerca su internet mi svelò una verità impensabile: nel 2003 esercitavano in Angola solo due dentisti formati secondo i canoni occidentali. Due dentisti per una popolazione di sedici milioni di abitanti, su un territorio grande cinque volte l'Italia. Un dato semplicemente sconvolgente! E così dal 2006 mi sono schierato a favore

della salute odontoiatrica in quel paese, e della sua salute in generale, perché in Angola si muore ancora oggi per ascessi dentali non curati, che evolvono in ferite mostruose e conducono alla morte per setticemia. Nel 2007 è stata ufficializzata la nascita della Fondazione Angola ONLUS in Italia e nel 2008 in Angola. Da allora, ho percorso in macchina tutto il paese, conoscendo gente meravigliosa, insegnando, lavorando, costruendo. Il 21 settembre 2012 è stata inaugurata a Huambo, nel centenario della fondazione della città, la Clinica Estomatologica Italiana (**vedi foto**) e l'ambasciatore italiano, Giuseppe Mistretta, è venuto da Luanda per consegnarci la nostra bandiera. La Clinica dispone di quattro sale operatorie, delle attrezzature di contorno e di dieci piccoli appartamenti per i medici italiani che vi opereranno. Abbiamo anche in costruzione un deposito per i medicinali, condizione necessaria per legge per importarli, e per il domani... buona volontà e provvidenza!

In tema di raccolta fondi a sostegno di "Angola ONLUS", lei ha lanciato di recente una iniziativa interessante ed originale rivolta al settore odontoiatrico. Vuole parlarcene?

Sono orgoglioso dei miei titoli di studio italiani, ma felice per i quarant'anni di rapporti che ho intrattenuto con il mondo

odontoiatrico degli Stati Uniti. In particolare, mi sono trovato a mio agio con il loro stile di marketing che punta a semplificare la nostra vita e quella dei nostri pazienti. Come nel caso del numero del telefono. Il mio è DENTIST, da comporre dopo l'operatore italiano 388. Basta scrivere la parola DENTIST sulla tastiera alfanumerica del telefono (premendo una volta il 3 per la D, ancora il 3 per la E e così via fino all'8 dell'ultima T) per trovarmi. In questo modo, non solo mamma, moglie e segretaria hanno ricordato per anni, a memoria, il mio numero, ma tutti i miei pazienti.

Avere un numero unico d'immediata memorizzazione per chiamare un dentista si è dimostrato un grande strumento di marketing per i miei studi in Italia e in Gran Bretagna. Oggi è impossibile ottenere la corrispondenza fra lettere e numeri della parola DENTIST in un numero telefonico e, per questo, ho deciso di offrire la mia, l'unica attiva e funzionante, per sostenere la Fondazione Angola. Offrendola in regalo a chi effettui una donazione alla Fondazione proporzionata al valore del mezzo che metto a disposizione.

Una bella azione premiata anche dal fisco, perché le donazioni alla nostra Fondazione, riconosciuta dal Ministero delle Finanze, sono detraibili per intero dall'imponibile e non deducibili in quota fissa: un premio di quasi il 50%.

(Potete contattare il Dr. Omiccioli scrivendo a: angola.onlus@tiscali.it)

VINCENZO MARRA ■



ICDE

International Center for Dental Education



5° Congresso COMPETENCE IN ESTHETICS

RIMINI

VIENNA

LONDON

MEXICO CITY

LA QUALITÀ DELL'ESTETICA
THE QUALITY OF ESTHETICS

7 - 8 Marzo 2014

Palacongressi, Rimini



Moderatori/Chairmen:

Odt. Stefano Biacchessi (ITA)

Dr. Simone Grandini (ITA)

Dr. Nikolaos Perakis (ITA)

VENERDÌ 7 MARZO 2014

Relatori/Speakers:

Dr. Marcelo Calamita (BRA)

Odt. Murilo Calgaro (BRA)

Dr. Iñaki Gamborena (ESP)

Dr. Andrea Ricci (ITA)

SABATO 8 MARZO 2014

Relatori/Speakers:

Prof. Nitzan Bichacho (ISR)

Prof. Marco Esposito (ITA)

Dr.ssa Maria Gabriella Grusovin (ITA)

Dr. Arndt Happe (DEU)

Odt. Andreas Nolte (DEU)

Prof. Mirco Raffaini (ITA)

Odt. Gérald Ubassy (FRA)

Odt. Aldo Zilio (ITA)

sponsor



media sponsor



**[SAVE
THE DATE]**

Per informazioni ed iscrizioni:



ICDE International Center for Dental Education

Via Isonzo, 67 | 40033 Casalecchio di Reno (BO)

Tel. +39 051 6113583 - Fax +39 051 6113585





Carlo Alberto Piacquadio
Esperto in fotografia medico-scientifica

Iconografia odontoiatrica e attività clinica, quali vantaggi?

Signor Piacquadio, vuole spiegarci in che misura l'iconografia odontoiatrica può essere utile nell'attività quotidiana di ciascun professionista?

La documentazione fotografica in odontoiatria è indispensabile per un professionista moderno e aggiornato; i motivi sono svariati, ne citerò solo alcuni tra i più importanti. Innanzitutto è una prova medico-legale: in caso di eventuale controversia con il paziente, le immagini sono un'ottima prova dell'operato svolto dal dentista soprattutto se si dispone di immagini relative al prima, durante e dopo la fase di intervento, oltre al materiale radiografico e i vari modelli. E' un importante strumento di comunicazione tra medico e paziente per dimostrare come potrebbe eventualmente svolgersi il trattamento in bocca (illustrando, anche con immagini già esistenti nel proprio archivio, un caso analogo a ciò che si pensa di svolgere su quel paziente), oppure scattando delle immagini della bocca del paziente per mettere in risalto lo stato dei denti da trattare, e il tipo di trattamento che si intende svolgere, rendendolo chiaro e comprensibile. Mentre nel passato si faceva aprire la bocca ai pazienti, e dopo aver esaminato la situazione si prospettava il tipo di lavoro da eseguire, con

il paziente che spesso non percepiva quasi nulla di ciò che il medico diceva, tant'è che la risposta frequente era: "Faccia lei Dottore!". Oggi con i monitor applicati all'interno del riunito è possibile far visionare le immagini immediatamente dopo lo scatto senza doverle prima scaricare sul computer, grazie alle card "wi-fi" inserite nella macchina fotografica digitale. Inoltre le immagini realizzate dei vari casi affrontati possono essere utili per rivedere nel tempo il tipo di lavoro che è stato eseguito, e magari confrontarlo con eventuali nuove tecniche disponibili. Potranno, altresì, essere utilizzate per conferenze, relazioni, creare atlanti dimostrativi da stampare e conservare nel proprio studio e per addestrare il personale di studio. La documentazione fotografica è un ottimo strumento di comunicazione anche nel rapporto tra medico e tecnico sia per dimostrare lo stato iniziale della bocca del paziente, sia per agevolare la presa del colore con gli appositi accorgimenti (a tal proposito è beneficare una serie di foto con la scala colori di fianco ai denti per facilitare il compito all'odontotecnico). Possiamo utilizzare le immagini per un consulto ad un nostro collega - oggi più che mai grazie alla posta elettronica possiamo farlo anche se lo stesso è dall'altra parte del mondo - basterà un semplice

collegamento ad internet. Ed ancora, quando si partecipa a dei corsi dove è importante far vedere la propria tecnica e come la si svolge, le immagini saranno un indispensabile mezzo di confronto con il relatore e i colleghi partecipanti, i qualivisionando il caso potranno fornire utili consigli per migliorare la tecnica operativa. E' quanto mai evidente quanto la tecnologia digitale ormai sia entrata appieno anche nello studio odontoiatrico, dalla segreteria non più cartacea, all'archivio fotografico non più analogico (foto e diapositive), al radiografico e ai vari strumenti per ortodonzia, endodonzia, protesi, ecc. Questa tecnologia sarà sempre più presente in qualsiasi studio medico, pertanto più la si utilizza e maggiormente si saprà stare al passo con i tempi. Ma il vero vantaggio consiste nella facilità di lavoro e di precisione degli strumenti digitali, capaci di aiutarci nella vita di tutti i giorni. Ricordo, infine, che l'archivio fotografico è l'unico strumento per poter rivedere il proprio operato a distanza di tempo: costituisce la memoria di tutto ciò che si è fatto durante l'arco della carriera. Un semplice clic consentirà di rivedere tutti i casi trattati nel corso degli anni...un'utilità decisamente non da poco!

VINCENZO MARRA ■

"Vi racconto il mio approccio al management odontoiatrico"



Dr. Andrea Gandolfi
Odontoiatra

Dr. Gandolfi, cosa l'ha spinto ad approfondire le logiche del marketing e management odontoiatrico? Vuole raccontarci della sua esperienza diretta e di come è cambiato l'approccio alla professione?

Sono convinto che ciascuno di noi nasca con dei talenti, nell'accezione biblica della parola talento.

Fin da bambini determinate caratteristiche si possono ritrovare nella vita degli individui.

Già durante le scuole primarie ciò che mi differenziava dagli altri era l'attitudine ad organizzare eventi, feste o anche semplici riunioni di classe. Con gli anni le scuole sono cambiate, fino a diventare università ed anche durante quegli anni sono sempre stato il primo ad organizzare raccolte di fondi o visite (gratuite) ad aziende, anche all'estero.

In quegli anni divenni anche presidente dell'AIOS e come tale organizzai un Congresso a Santa Margherita Ligure.

Nella professione ho trasferito questa attitudine nell'organizzare eventi in studio, nel mantenere e creare contatti con altri medici ed infine nella gestione dei rapporti con le aziende.

Giunto ormai prossimo ai 50 anni (anche se mancano ancora una dozzina di mesi!) ho pensato che fosse

giunto il momento di un approccio sistematico al management e al marketing.

Mi sono reso conto che in questa situazione economica ogni aspetto del nostro lavoro debba essere attentamente studiato, implementato (attraverso il marketing) e controllato (attraverso il management e il controllo di gestione).

Oggi sono un professionista consapevole dei mezzi a disposizione per promuovere la nostra attività medica come imprenditori di noi stessi.

Fondamentale è stato l'incontro con i professionisti del settore per comprendere che ogni azione deve essere volta a mantenere e consolidare il proprio "posizionamento" strategico. Sarebbe un errore quasi irreparabile per un libero professionista come me, e per lo studio in cui lavoro, cercare un confronto con le "catene in franchising" attraverso una concorrenza sul costo, dopo aver trascorso tutta la carriera professionale puntando sulla qualità.

Molto meglio imparare a sottolineare la qualità attraverso tutte le forme di comunicazione a disposizione. E' proprio nel confrontarsi sugli strumenti e sui metodi che si costruisce il messaggio che si vuol trasmettere. Guarda caso "materiali e metodi" è spesso l'incipit di molte nostre relazioni cliniche.

Quali vantaggi concreti in termini di efficacia ha riscontrato nell'attività quotidiana?

E' difficile parlare di vantaggi concreti senza soffermarsi sulle modalità di giudizio.

Il controllo di gestione è l'UNICO sistema che ogni azienda ha a disposizione per misurarsi.

Se non si è in grado di misurarsi ogni "vantaggio" è solo una personale percezione. L'approccio sistematico al management ci permette di uscire dal "medioevo" della professione, in cui spesso i dati sono a disposizione solo di consulenti esterni e che il più delle volte neanche vengono comunicati all'odontoiatra.

Avere il polso della situazione significa esser consapevoli della rotta che l'azienda (che tu abbia uno studio mono professionale o un grosso centro sei comunque un'azienda) sta percorrendo. Solo in questo modo è possibile prendere decisioni non sulla spinta emozionale, ma su dati concreti e soprattutto MISURABILI.

Tutto questo è ciò che il confronto con il prof. Antonio Pelliccia mi ha trasferito.

L'approccio al management mi ha permesso di aprire gli occhi su uno spazio molto vasto prima non perfettamente analizzabile.

VINCENZO MARRA ■

CORSO TEORICO-PRATICO**La ceramica integrale nella pratica quotidiana per il clinico e il tecnico**

In molti casi di restauro protesico la ceramica integrale si pone sempre più frequentemente come la prima scelta, e non solo alternativa, rispetto alla ceramica cotta su metallo. Le moderne tecniche di ceramica metal free consentono di raggiungere risultati estremamente positivi e vantaggiosi dal punto di vista estetico-funzionale e biologico. I punti di forza della ceramica integrale sono: (1) la possibilità di utilizzare una cementazione adesiva e quindi (2) di potere eseguire preparazioni ridotte, minimamente invasive e con grande risparmio di tessuto sano e (3) di potere conseguire risultati di grande valenza cosmetica. Le ceramiche vetrose di ultima generazione, lavorabili sia con tecnica termoplastica che con metodiche CAD CAM,

e le ceramiche policristalline, lavorabili con tecnica CAD CAM, hanno inoltre ottime caratteristiche meccaniche. Il clinico deve essere in grado di sfruttare al massimo le potenzialità della cementazione adesiva e della ceramica.

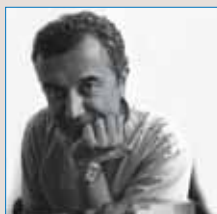
Il corso si pone come scopo quello di illustrare in maniera estesa le varie tematiche sia dal punto di vista del clinico che del tecnico, prendendo in esame, e in ordine sistematico, tutti gli aspetti fondamentali della metodica protesica con ceramica metal free: la classificazione delle ceramiche, la loro lavorazione, le metodiche di preparazione e, in maniera particolare, le tecniche di cementazione adesiva.

DATE

7-8 marzo 2014
21-22 marzo 2014

Per maggiori informazioni contattare la segreteria organizzativa:

Cristina Valbonesi
E-mail cristinavalbonesi@novearchi.it
Via Imerio n° 41 - 40126 BOLOGNA
tel. 051.4212411 - diretto 051.4212443



Relatori : **Dott. Stefano Valbonesi e Sig. Roberto Bonfiglioli**

A Dakar la prima manifestazione espositiva per il settore dentale africano dal 20 al 23 novembre 2014.**Un'opportunità per esportare il Made in Italy nei pesi emergenti**

Si chiamerà International Dental Exhibition Africa (IDEA) la prima manifestazione espositiva organizzata in un Paese africano grazie ad UNIDI (Unione Nazionale Industrie Dentali Italiane).

“Il nostro obiettivo è quello di creare la manifestazione di riferimento per l’Africa occidentale – dice Gianfranco Berrutti Presidente Nazionale UNIDI - e di promuovere il Made in Italy in paesi in espansione”.

Il mercato di riferimento a cui IDEA vuole rivolgersi è quello del CEDAO (Communauté

Économique des États de l’Afrique de l’Ouest), una sorta di unione degli stati africani a cui aderiscono Bénin, Burkina Faso, Côte d’Ivoire, Guinea Bissau, Mali, Niger, Senegal, Togo, Gambia, Ghana, Guinea, Liberia, Nigeria, Sierra Leone, Capo Verde.

Un’area con oltre 150 milioni di abitanti, con una unica moneta, stabilità politica e un libero scambio delle merci tra i rispettivi paesi. “Abbiamo accolto l’invito delle associazioni odontoiatriche ed odontotecniche del Senegal – continua il Presidente UNIDI - a portare la nostra esperienza acquisita con oltre quarant’anni di Expodental

sapendo bene che la manifestazione sarebbe stata anche un’importante opportunità per l’industria italiana e per l’intero settore dentale italiano”.

Infatti IDEA non sarà solo una fiera di settore ma anche una vetrina per l’odontoiatria italiana, visto che esiste una forte volontà di abbinare alla mostra merceologica un congresso scientifico, mediante il coinvolgimento delle associazioni di riferimento italiane di dentisti ed odontotecnici e l’Università.

L’appuntamento è a Dakar dal 20 al 23 novembre 2014.

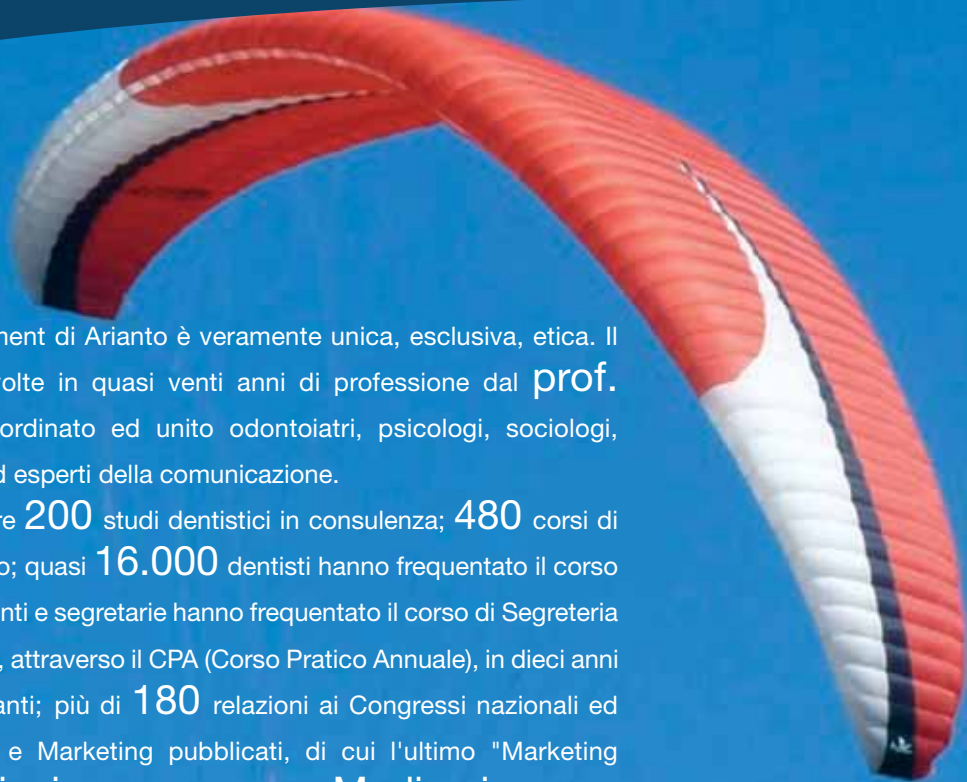
COMUNICATO STAMPA UNIDI ■

Vola in alto!

Fai crescere la tua professione

Coltiva la cultura del Management e del Marketing

La strategia di Marketing che puoi misurare, adattando l'investimento alle tue esigenze
Anche nel Marketing, diagnosi prima della terapia.



La Consulenza di Marketing & Management di Arianto è veramente unica, esclusiva, etica. Il metodo è il frutto delle consulenze svolte in quasi venti anni di professione dal **prof. Antonio Pelliccia** che ha coordinato ed unito odontoiatri, psicologi, sociologi, economisti, fiscalisti, giuristi, ingegneri ed esperti della comunicazione.

I numeri spiegano più di ogni parola: oltre **200** studi dentistici in consulenza; **480** corsi di formazione svolti nel settore odontoiatrico; quasi **16.000** dentisti hanno frequentato il corso di Management; più di **10.000** assistenti e segretarie hanno frequentato il corso di Segreteria per le Aree di Crisi; la formazione annuale, attraverso il CPA (Corso Pratico Annuale), in dieci anni è stata frequentata da **670** partecipanti; più di **180** relazioni ai Congressi nazionali ed internazionali; **5** libri di Management e Marketing pubblicati, di cui l'ultimo "Marketing Odontoiatrico" nel 2012. Il **prof. Pelliccia** è inoltre fondatore di **Mediamix**, la rivista periodica di gestione ed economia sanitaria e del portale **mediamixweb.it**.

Arianto

MEDIAMIX

Sito web: www.arianto.it

Sito web: www.mediatrixweb.it

E-mail: info@arianto.it



Arianto management sanità



Prof. Antonio Pelliccia: docente a contratto di economia ed organizzazione aziendale, Università Cattolica del **Sacro Cuore** - Policlinico Gemelli di Roma ed Università Vita e Salute - Ospedale **S. Raffaele** di Milano. Consulente e relatore **Ordine dei Medici Chirurghi** ed **Odontoiatri**; consulente nazionale dell'**Andi** e già consulente nazionale in più mandati della **Sido**.

Un'esperienza ed un'innovazione perfettamente bilanciati. Un metodo composto da diagnosi manageriale, terapia e controllo gestionale delle risorse umane, di mercato ed economiche. Deontologia, etica e sviluppo delle potenzialità. Tutto nella forma più equilibrata, tarata sulle esigenze personali di ogni singolo studio e dentista, ottimizzando i costi.

Trasforma i costi in un investimento, trasforma i tuoi pazienti in divulgatori
Arianto per le tue strategie di successo



International Expodental: i dati dell'edizione 2013

Si è conclusa con soddisfazione, sabato 19 Ottobre, la 41^{ma} edizione di **International Expodental** svoltasi presso Fiera Milano City.

Buono infatti sia il numero dei visitatori che degli espositori che hanno partecipato a questa edizione. La presenza estremamente qualificata che ha caratterizzato il pubblico dei visitatori in fiera ha permesso alle aziende presenti di concentrarsi sul business produttivo, quello che si traduce in contatti reali e contratti di vendita.

Complessivamente **circa 16.000** i professionisti del settore dentale che hanno visitato la manifestazione in tre giorni.

Da sottolineare anche l'incremento di presenze da parte degli odontotecnici, grazie alle nuove iniziative introdotte a cominciare dall'Area nuove tecnologie, realizzata grazie al supporto tecnico di ANTLO e Nobil Metal e alla collaborazione delle aziende (Astra, CIMsystem, DWS, Ilic, Major, Mariotti, Mocom, Nobil Metal, Sirona e Stern Weber) che hanno messo a disposizione i propri macchinari e materiali. La collaborazione con ANTLO ha anche permesso di ampliare l'offerta formativa di Expodental Forum, mediante l'organizzazione di due eventi mirati ed indirizzati alla categoria odontotecnica.

L'intenzione per la prossima edizione è lavorare ancora di più per dare a questa importante categoria professionale più motivi di interesse.

Soddisfazione anche per la delegazione estera proveniente dai paesi dell'est Europa, Sud Africa e dall'Arabia Saudita, che per tre giorni consecutivi ha incontrato le aziende italiane nelle salette allestite ad hoc all'interno dell'ampio stand UNIDI, studiato per poter ricevere i meeting B2B.

Conferme anche per l'Expodental Forum che nei due giorni di attività ha riunito il meglio della formazione scientifica italiana, ma anche interessanti dibattiti su temi prettamente

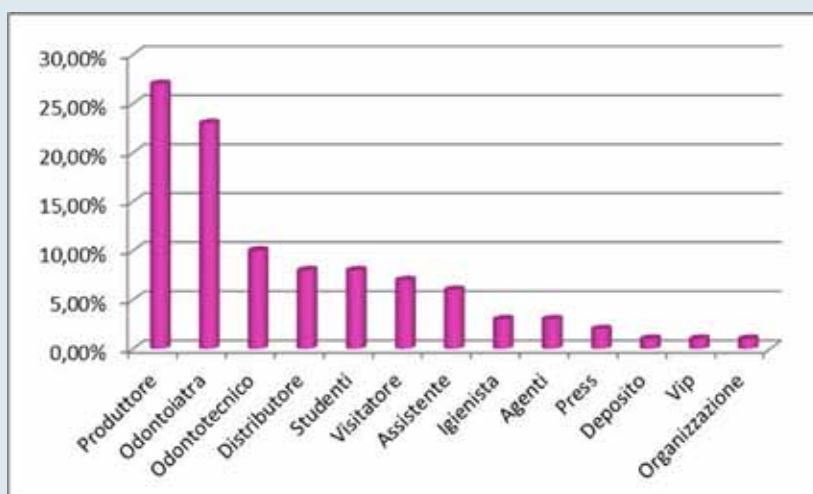
normativi, sindacali e sociali, riconfermandosi l'evento culturale più partecipato in Italia.

Molto seguita la presentazione di IDEA (International Dental Exhibition Africa) ed apprezzato il nuovo progetto di UNIDI, che organizzerà a Dakar in Senegal dal 20 al 23 novembre 2014 un evento che avrà come obiettivo quello di valorizzare tutto il settore dentale italiano.

Oltre 200 le Aziende espositrici che hanno portato novità e tecnologie all'avanguardia in fiera.

L'appuntamento per il **2014** con **INTERNATIONAL EXPODENTAL** è dal **16 al 18 Ottobre**, sempre a **Milano**.

COMUNICATO STAMPA UNIDI ■





MEDIAMIX

da 10 anni 7000 abbonati
alla versione magazine...

...e da oggi anche
versione web

MEDIAMIX *web*

www.mediamixweb.it

ARIANTO SRL | VOSTROCONSULENTI.IT | CONTATTI

MEDIAMIX *web* | Il portale di marketing e management sanitario | **Arianto** 

HOME | MARKETING SANITARIO | PRIMO PIANO | INTERVISTE | MEDICINA ESTETICA | ARCHITETTURA & DESIGN | FISCO & DINTORNI

MONDO WEB E TECNOLOGIE | OPPORTUNITIES | COMUNICAZIONE IN ODONTOIATRIA | DIRITTO SANITARIO | LIFESTYLE & BENESSERE

NEWS | *Manageri e Marketing sanitario*

Comunicato stampa

Il 15 gennaio si è svolta a Firenze la serata organizzata dalla sezione ANDI Firenze sul tema del Filar in odontoiatria. I relatori hanno illustrato le opportunità di sviluppo e le...

Ciò che non possiamo misurare, non possiamo migliorare!

 L'attività libero professionale, se strutturata in un sistema organizzativo proprio, dove l'odontoiatra ne è il titolare, investendo risorse economiche personali, necessita ormai sempre più dell'acquisizione di competenze manageriali. Oggi saper misurare la propria gestione economica, le risorse umane utilizzate e l'evolversi del mercato è l'unico modo per essere competitivi, perché a nulla serve essere un ottimo dentista, un preparato clinico, se poi non si sanno gestire le risorse economiche, umane e di mercato. Questo

A LEZIONE DI MANAGEMENT SANITARIO ANTONIO PELLICCIA

Solo un sistema di misurazione ci salverà dalla "moda" del marketing

Il titolo è un po' forte, lo so, ma la premessa lo sarà ancora di più...
Premessa La formazione manageriale sta diventando una "moda" e come tutti i fenomeni che per un certo tempo transitano nello scenario socio-culturale di una "economia in crisi", anche in odontoiatria assistiamo ad un panorama che si ...[continua]

L'informazione professionale che hai sempre cercato sulla gestione del tuo studio, Marketing e strategie di successo, gestione delle risorse umane. Tante novità, interviste, innovazione, casistica, ...e molto altro ancora!
Direttore responsabile: prof. Antonio Pelliccia.



a cura di **Andrea Zucca**
Web & Graphic Designer

Le novità tecnologiche che semplificano la vita

L'autonomia e i relativi tempi di ricarica dei dispositivi portatili in uso, dagli smartphone ai tablet, senza ombra di dubbio costituiscono uno fra tanti problemi che ci assilla quotidianamente. E sì perché nonostante la qualità delle batterie sia molto aumentata durante gli anni, il ricorso alle prese di corrente per "rianimare" gli inseparabili telefonini, e non solo, costella le nostre giornate, con tutti i fastidi del caso. A tal proposito interviene una innovazione messa a punto dall'università di Washington denominata Ambient Backscatter (radiazione di ritorno ambientale) che potrebbe rappresentare la soluzione definitiva in termini di durata delle apparecchiature tecnologiche. Proprio così, infatti sfruttando le onde elettromagnetiche già presenti nell'ambiente circostante, generate ad esempio da sistemi wi-fi, apparecchi radio televisivi e molto altro ancora, si potrebbe arrivare a produrre dispositivi che non necessitano di batterie e quindi con un ciclo vitale praticamente illimitato.

- Che i messaggi di testo abbiano raggiunto un livello di diffusione incredibile ce lo ricordano i dati che WhatsApp macina mese dopo mese e che rimandano a cifre da capogiro. Attraverso il servizio di messaggistica vengono scambiate oltre 400 milioni di fotografie al giorno, per non parlare dei

messaggi, inoltrati con rapidità impressionante grazie all'immediatezza della chat, un modo istantaneo di comunicare che sta prendendo sempre più piede non solo tra giovani e adolescenti. Ora la frontiera da abbattere sta nel consentire di scrivere i messaggi attraverso dettatura vocale, al fine di permettere l'utilizzo del servizio senza dover digitare a mano e quindi in contemporanea fare dell'altro. Tra i sistemi più affidabili va citata la App Dragon Dictation, tecnologia hands-free semplice ed efficace che contribuirà a rivoluzionare il mondo della messaggistica, grazie ad un sistema di dettatura vocale estremamente affidabile.

- Anche Google ha intenzione di partecipare in modo concreto all'espansione globale delle smart cities. A partire dalla mobilità intelligente, con sistemi capaci di valutare a 360° le variabili connesse al traffico, uno fra i problemi più annosi che condiziona la qualità di vita delle nostre città, elaborando soluzioni, suggerimenti e mappe in tempo reale. Google sarà ovviamente interessato a mettere in campo tutta una serie di applicazioni e funzioni legate a: eventi, locali, scuole, amministrazioni pubbliche, servizi, ecc.. (la lista sarebbe lunghissima). Insomma, l'obiettivo delle città intelligenti del futuro sarà quello di

accompagnare e sostenere i cittadini nella vita di tutti i giorni contribuendo a migliorarla e semplificarla.

- Presto cadrà anche uno degli ultimi tabù in tema di utilizzo di dispositivi mobili durante il volo. Infatti, è recente la notizia secondo cui la FAA (Federal Aviation Administration) ha comunicato alle compagnie statunitensi Delta e JetBlue l'autorizzazione per i passeggeri di poter accendere i dispositivi in modalità aerea durante tutto il volo. E ciò senza alcun rischio per la sicurezza del volo stesso. Anche in Europa le cose stanno cambiando: la Commissione europea ha, infatti, approvato l'uti-



lizzo del sistema 3G e 4G durante i voli nel territorio europeo, invece del sistema 2G messo a disposizione da alcune compagnie. Non resta che attendere le novità che seguiranno. ■

Colori e psicologia: come tinteggiare lo studio?



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

La progettazione di uno studio odontoiatrico implica aspetti che possono essere molto impegnativi e diversificati, a partire dalla composizione architettonica, per non parlare poi dell'impiantistica, il tutto condito da una burocrazia di cui tutti, ormai, percepiamo il fastidioso peso...

Quando si arriva alla conclusione della prima fase, con i permessi in mano, business plane e cronoprogramma approvati, magari si potrebbe pensare di "rilassarsi", concentrandosi esclusivamente all'impegno della Direzione Lavori...

Invece ecco che arriva la faticosa domanda da parte del committente: "Architetto, di che colore facciamo lo studio?".

Da una parte ci sarebbe la tentazione di semplificare le cose proponendo di tinteggiare tutto di bianco (come diceva un mio collega all'inizio della nostra professione: "così non si sbaglia mai!"), dall'altra la voglia di mettersi in gioco e studiare delle atmosfere che possano creare emozioni.

Si è rivelato molto interessante studiare la "psicologia dei colori", grazie alla quale si apprende che ad esempio l'**arancione** provoca sentimenti di felicità, eccitazione, incoraggiamento, freschezza. Si dice che l'arancione

incrementi l'apporto di ossigeno al cervello e stimoli le attività neuronali. È un colore attraente e molto utilizzato dai giovani. Il **giallo**, invece, è il colore del sole, produce un senso di calore, piacere, vivacità, energia. È un colore che attira immediatamente l'attenzione e quindi può avere un effetto particolarmente positivo e salutare quando i nostri occhi vi si posano. Questi sono colori che spesso ho utilizzato nei corridoi, nei disimpegni e nel percorso che porta alla zona clinica degli studi. E poi c'è il **marrone**, un colore che non ha una lunghezza d'onda propria ed è il mix di 3 colori fondamentali: rosso, giallo e arancione.

È il colore della terra e viene tipicamente associato alla forza e alla determinazione, suscita sentimenti di neutralità, di sicurezza e protezione. Il marrone è il colore tipico dei mobili in legno, e può anche essere combinato con altre sfumature cromatiche (mi capita spesso di adottare tali soluzioni soprattutto nello studio privato del dentista). Il **verde** è considerato per eccellenza il colore della



natura, ispira crescita, fertilità, armonia, potere curativo, speranza, ci dà una sensazione di calma e distensione. È uno dei colori più usati nelle sale d'attesa, insieme all'acquamarina, al turchese, azzurro, tutte sfumature dello spettro del colore **blu** che hanno un effetto rilassante e accogliente.

Ed infine arriviamo al **bianco** (ovvero quando non si sbaglia mai...). È associato a purezza, verginità, pulizia, sicurezza, pace, innocenza e luminosità. Essendo l'origine di tutti gli altri colori è identificato come sinonimo di perfezione. Il bianco è di solito considerato un colore positivo e quando i nostri occhi lo percepiscono, sperimentiamo un senso di pace. Non a caso lo uso spesso nelle zone operative degli studi odontoiatrici. Per maggiori informazioni e dettagli puoi scrivere a stefano@stefanoagnello.it

ivostriconsulenti.it



Rivista della Sala d'Attesa

Odontoiatria e medicina specialistica

n. 1, gennaio 2013

Diabetologia Pediatrica

**Bambini e diabete:
cosa sapere**
pag 4

Prevenzione/Pedodonzia

**Il bambino non
ha paura del
dentista...è
un'utopia?**
pag 6

Prevenzione/Pedodonzia

Carie da Biberon
pag 7

Ansia/Pollinosi/Acne

**Che cos'è, consigli,
cure e trattamenti**
pag 8

False paure e luoghi da sfatare

Consigli utili
pag 12

**Aprire il mondo dell'
odontoiatria
specialistica**

Uno strumento efficace ed incisivo per far percepire la tua qualità ai pazienti.

Per INFO e dettagli scrivi a info@arianto.it



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

L'eccellenza

che lascia
il segno

Il successo *per sempre*

www.arianto.it