



MASSON



GdO

Giornale dell'Odontoiatra



91%
di persone soddisfatte
con l'utilizzo del dentifricio*

elmex
SENSITIVE

* Bekes et al., 2008

*POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE
D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 N°46) ART. 1 COMMA 1, DCB MILANO* TAXE PERCUE. CONTIENE I.P.

Periodico di informazione professionale per l'odontoiatra. Fondato nel 1983.

Anno XXIX - 15 giugno 2012 - n° 7



Attualità
Cambio al vertice per AdB: Nicola Perrini fa il punto sul programma da presidente

A PAGINA 3



Professione
Un vademecum per gestire i pagamenti della clientela e investire nello studio

A PAGINA 10



Tendenze
L'informazione odontoiatrica nell'era di Youtube

A PAGINA 11

Il dentista si sottovaluta

I dentisti sono consapevoli delle percezioni dei pazienti? Sono queste alcune delle domande a cui **Alessandra Mazzei dell'Università Iulm** di Milano ha cercato di dare una risposta attraverso un sondaggio su un campione rappresentativo di dentisti italiani, a cui ha rivolto alcune delle domande che erano state poste ai cittadini nell'indagine di Renato Mannheim, per verificare eventuali dissonanze nelle risposte. E queste ci sono state, dimostrando che i dentisti non conoscono le percezioni dei propri pazienti e soprattutto non hanno una buona considerazione di loro stessi.

La conferma arriva dalla prima domanda: "Quanta fiducia prova l'opinione pubblica nei confronti della categoria professionale del medico dentista (con un voto da 1 a 10)?" Per l'opinione pubblica la fiducia è molto alta e vale un 7,6, mentre i dentisti pensano che i propri pazienti gli abbiano rifilato una insufficienza (5,3).

I dentisti per altro sono convinti che i loro pazienti siano dei traditori, visto che il 17,7% ritiene che il proprio paziente sia fedele, mentre lo è l'82%.

Altra forte dissonanza vi è sul perché il paziente rinuncia ad andare dal dentista privato. Prevalentemente per il costo, pensa il 99,6% dei dentisti intervistati (mentre solo il 39% dei pazienti indica questa opzione), perché non hanno orari flessibili (indicated dal 63,8% dei dentisti, contro il 2% dei pazienti), per abitudine (52,4% dei dentisti, 37% dei pazienti).

Più in linea con i pazienti le risposte sui motivi che spingono i pazienti a rivolgersi sempre a uno studio privato: fiducia nel dentista (92,1% per i dentisti, 82% per i pazienti), vicinanza e comodità (51,3% per i dentisti, 23 per i pazienti), evitare la coda (24% per i dentisti, 15% per i pazienti).

Le disparità di vedute sono meno marcate se si paragonano le risposte su quale struttura odontoiatrica ispiri più fiducia: lo studio privato per l'89% dei pazienti e per l'85,4% dei dentisti, che per altro ritengono che i loro pazienti non abbiano fiducia nelle strutture pubbliche, mentre il sondaggio di Mannheim prova che una certa fiducia ci sia.

Sui motivi principali che spingono il paziente a raccomandare ad altri il proprio dentista ci sono il gradimento della prestazione (59,7%), la fiducia (34,6%), le cure all'avanguardia (5,2%).

Per contrastare la crisi, i dentisti pensano che sia importante la fiducia (86%), tagliare i costi (63%), proporre prezzi competitivi (52%), ampliare la parentela (43%), offrire anche cure non tradizionali come quelle estetiche (43%).

Competenza, rispetto dei tempi e dei costi, relazione con il paziente, cura degli ambienti sono i principali elementi indicati dai dentisti per mantenere il proprio "buon nome". Quanto alla comunicazione i dentisti sono convinti che la miglior leva sia il rapporto diretto, mentre solo il 34,2% vede nella pubblicità uno strumento efficace. ●

I dati sul mercato certificano la crisi economica, quelli delle Entrate sugli studi di settore no

Per il sesto anno consecutivo **Unidi (Unione Nazionale Industrie Dentarie Italiane)** ha analizzato il mercato della produzione e distribuzione italiana in collaborazione con la **Key-Stone**, società specializzata in ricerche di mercato.

I dati presentati confermano una sofferenza del mercato italiano, mentre l'incremento delle esportazioni certificano definitivamente l'apprezzamento dei prodotti realizzati dall'industria italiana. Negli ultimi due anni, gli anni in cui la crisi ha colpito più pesantemente il nostro continente, il fatturato delle esportazioni ha segnato un complessivo +15,2% (+7,4% nel 2010 e +7,8% nel 2011). Il mercato per l'industria italiana vale 422 milioni di euro, il 61,3% del fatturato totale.

LE ESPORTAZIONI CONTINUANO A CRESCERE

E proprio grazie alle esportazioni, l'industria italiana segna un +5% rispetto al fatturato dello scorso anno, toccando 688 milioni di euro, contro i 654 del 2010 e i 615 del 2009.

Considerando che, mediamente, i prodotti italiani hanno un prezzo superiore rispetto a quelli di molti altri concorrenti (soprattutto provenienti dai Paesi asiatici), il continuo incremento dell'export premia gli investimenti che l'industria italiana del settore dentale ha fatto in termini di ricerca e qualità di produzione, ritagliandosi la fiducia dei professionisti dei cinque continenti che cercano nei prodotti e nelle attrezzature affidabilità, qualità e design.

Tra i settori in cui sono cresciute maggiormente le esportazioni quello dei prodotti farmaceutici (+42,9%), dei radiografici (+20,8%), dei prodotti di consumo per gli odontotecnici (9,7%) e quelli per dentisti (8,8%).

Per quanto riguarda il mercato finale interno (quello riferito al valore degli acquisti effettuati da studi e laboratori), il fatturato totale segna un mini-

mo incremento (+1%) rispetto a quello del 2010, raggiungendo i 1188 milioni di euro (nel 2010 era di 1177 nel 2006 1.097).

Nel 2011 rispetto al 2010 crollano le vendite di attrezzature da laboratorio (-7,3%), crescono leggermente quelle delle attrezzature per lo studio (+2,3%), la vendita di prodotti di consumo nei laboratori odontotecnici (+1,1%), e quelli dello studio odontoiatrico (+05%).

VENDITE IN CALO NEL PRIMO QUADRIMESTRE

Nessuna buona notizia per quanto riguarda l'anno in corso. Dalle proiezioni elaborate dalla **Key-Stone** il primo quadrimestre del 2012 segna un -3% complessivo: calano le vendite sia delle attrezzature da laboratorio (-18,6%) sia quelle da studio (-8%) nonostante lo sviluppo delle nuove tecnologie, così come la vendita di materiale da consumo, sia dello studio sia del laboratorio (-1,7%).

Dai dati presentati da **Roberto Rosso, presidente della società di ricerca Key-Stone**, durante la conferenza stampa organizzata sabato 26 maggio al 55esimo congresso Amici di Brugg per presentare l'Analisi di mercato Unidi, emerge anche il quadro della situazione economica degli studi odontoiatrici italiani.

In stallo, secondo i dati rilevati da un'analisi (riferiti all'anno 2011) su un campione di 1000 dentisti rappresentativi della professione italiana.

In media, gli studi odontoiatrici hanno perso il 3% di pazienti, oltre un milione parametrando il dato sulla popolazione italiana. A lamentare un calo (stimato nel -18%) il 31% dei dentisti, mentre il 55% indica che il numero di pazienti trattati è rimasto invariato. A dichiarare poi una crescita è il 14% (in media la crescita è del 12%): a crescere di più sono in prevalenza i nuovi studi e le grandi strutture (essendo in attività da pochi anni può essere considerata

fisiologica), mentre a faticare sono gli studi in attività da molti anni, avendo, forse, oramai espresso il massimo del potenziale umano e strutturale.

Il calo di pazienti, spiega **Roberto Rosso**, può essere dovuto a un generalizzato miglioramento della salute orale degli italiani, ma anche, indubbiamente, per la crisi economica.

I DATI DELLE ENTRATE SUGLI STUDI DI SETTORE

Ma dai dati diffusi dall'Agenzia delle Entrate emerge una situazione differente. Secondo gli studi di settore negli ultimi tre anni (dichiarazioni 2008-2009-2010), i redditi degli studi dentistici rimangono sostanzialmente gli stessi, anzi incrementano. Nel 2010, rispetto al 2009, il reddito medio degli studi cresce del 2,9%, cioè da 47,6mila euro a 49. Dal 2008 l'incremento è stato del 1,2%, anno in cui il reddito medio dichiarato era di 46,2mila euro.

A crescere maggiormente in percentuale è il reddito delle società di capitale (+ 7,7%), anche se il reddito dichiarato è ben al di sotto della media della professione (20,5mila euro). Cresce anche il reddito dei 34.897 dentisti che esercitano la professione come liberi professionisti segnando un +3,3% rispetto al 2009 (47,3mila euro, il reddito medio dichiarato nel 2010). Crescono meno gli studi associati (+1,6%, 68,5mila euro di reddito medi dichiarati), anche se sono quelli che denunciano di più.

345,4mila euro sono i ricavi medi dichiarati dalle società di capitale, 228,7mila euro invece quelli degli studi associati, mentre i singoli professionisti dichiarano 129mila euro. In termini di popolazione odontoiatrica, rispetto al 2009, i dentisti liberi professionisti sono cresciuti di 524 unità. Sono 1206 i nuovi studi associati, mentre 124 le nuove società di capitale. In totale gli studi odontoiatrici in Italia censiti dalle Entrate nel periodo d'imposta 2010 sono 41.327. ●