

**TIRATURA STRAORDINARIA 35.000 COPIE**



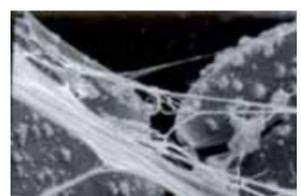
Pag. 8  
CONGRESSO SICOI



Pag. 13  
DENTAL MONITOR



Pag. 17  
DENTAL EVIDENCE



Pag. 29  
RIGENERAZIONE TISSUTALE



Pag. 32  
ISI MILANO



Pag. 32  
MEDICINA ESTETICA

**MILANO**  
8-11 OTTOBRE 2008  
Fiera di Milano  
P.O.R.A. COLLORE 9-10 | PAD. 5-6-4

**36**  
INTERNATIONAL EXPODENTAL  
THE ITALIAN RESPONSE TO YOUR BUSINESS PRIORITY

EXPODENTAL Forum  
CICLO DI SEMINARI, CORSI, CONVEGNI E WORKSHOP PER TUTTI I PROFESSIONISTI E GLI OPERATORI DEL DENTALE  
È prevista la richiesta di accreditamento ECM

www.expodental.it

**med gate**

**Italian Dental Journal**

attualità informazione cultura professione

EDITORIALE **Paolo Pegoraro**  
p.pegoraro@griffineditore.it

**Consigli per gli acquisti**

Straordinaria l'indagine realizzata da Roberto Rosso e pubblicata su questo numero di *Italian Dental Journal* ("Comportamenti d'acquisto. Quali canali utilizzano i dentisti italiani per scegliere e comprare i prodotti?", a pag. 8).

L'abitudine all'acquisto cambia in conseguenza del cambiamento dello studio odontoiatrico e della professione stessa. L'attitudine a lavorare in team porta a ottimizzare le risorse umane valorizzandone il ruolo: in un numero sempre crescente di casi non è più l'odontoiatra a occuparsi direttamente degli acquisti ma altri elementi del gruppo, perfettamente in grado di assolvere questa funzione come e meglio di lui: in molti casi, perciò, l'acquisto dei prodotti - e parliamo, nello specifico, di quelli di consumo abituale - è ampiamente delegato.

Ma differente è il caso dei nuovi prodotti, soprattutto di quelli che presentano vantaggi meno facilmente "dimostrabili" in modo tradizionale dal venditore che visita lo studio. Sono quei materiali frutto della ricerca su nuove tecnologie, per i quali diventa fondamentale avvalersi di supporti scientifici: opinion leader, corsi specifici, congressi tematici.

Questi prodotti, strategici per l'indirizzo terapeutico e, com'è logica conseguenza, per le sorti economiche dello studio professionale, sono ancora di stretta competenza dell'odontoiatra: in quest'area è più marcata l'attenzione dell'industria rispetto al dentista che sceglie e consuma da un lato, e nei confronti delle Società scientifiche che curano i risultati della ricerca dall'altro. Per questo motivo l'attenzione alla comunicazione è divenuta mag-

continua a Pag. 2

L' intervista Pag. 2

**DIDATTICA IN IMPLANTOLOGIA**  
**Live Surgery**

Matteo Chiapasco

**surgysonic MOTO**  
by Esacrom

A new family was born  
Surgysonic Moto, Surgysonic II, BMS Implant II.

COLOUR DESIGN by SWI

**AMICI DI BRUGG**  
Rimini dal 22/05/08 al 24/05/08  
Pad. D.7 stand n° 182

**ESACROM**  
www.esacrom.com

made in Italy phone: +39 0542 843377 fax: +39 0542 847854 e-mail: esacrom@esacrom.com

**BIOTECK**  
The science of bone tissue

**AMICI DI BRUGG**  
**VI ASPETTIAMO ALLO STAND**  
**109 D7 CORSA 3**

www.bioteck.com

Via E. Fermi, 49 - 36057 Arcugnano (VICENZA) Italy  
Tel. (+39) 0444.289366 - Fax (+39) 0444.285272 - vi@bioteck.com

**Synflex Forte 550 mg**  
naprossene sodico

**Almirall**

Dispositivo presso l'AIFA in data 10/04/06

# Dall'odontoiatria alla medicina estetica

Il percorso professionale e l'intuizione imprenditoriale di Anna Maria Veronesi, medico odontoiatra, che ha aperto uno studio di medicina estetica con servizio odontoiatrico integrato

*Italian Dental Journal ha incontrato nel suo studio di Pavia Anna Maria Veronesi, professionista seria e riconosciuta: laureata in medicina e chirurgia, la dottoressa Veronesi è cresciuta come odontoiatra per dedicarsi poi alla medicina estetica. Una donna solare e intraprendente.*

*Dopo un percorso formativo tra i corsi dell'Agorà di Milano e il Master di II livello in Medicina Estetica e del Benessere all'Università di Pavia, ha aperto uno studio in centro città, rinunciando alla vecchia paziente ormai consolidata in provincia.*

*Il setting dello studio Thermalift parla di relax e tempo libero, lo spazio di tempo dedicato alla cura di sé stessi. Già la sala d'attesa, dove si affaccia la reception, trasmette questa sensazione di benessere: pareti rosa, arredamento etnico, qualche oggetto particolare che cattura l'attenzione, un plasma a parete che trasmette canali televisivi o preview di trattamenti. Sullo sfondo, musica soffusa, suoni dalla natura, e un leggero profumo di cosmetici, gradevole perché non intenso. Oltre la sala d'attesa, un open space dal quale si accede alle varie stanze dedicate: la sala per i trattamenti odontoiatrici, la sala thermage, la sala laser, la sala filler, la sala massaggi, quella per l'estetista, la sala relax e tre bagni per la doccia di fine seduta.*

*Decisamente un bello studio di medicina estetica, dove nei prossimi mesi gli studenti del Master in Medicina Estetica si recheranno per assistere alle lezioni pratiche della Veronesi.*

**Ci parli della sua esperienza personale. Nasce odontoiatra, per poi dedicarsi soprattutto alla medicina estetica. Quali le tappe di questo percorso?**

È nato tutto dal suggerimento di una mia amica medico. All'inizio non ero entusiasta, ma superati i primi dubbi mi sono iscritta ad alcuni corsi monotematici organizzati dalla Società di medicina esteti-

ca Agorà di Milano, che ho trovato molto interessanti. Allora mi sono dedicata a un corso su laser chirurgia di sei mesi. Nel frattempo continuavo la mia attività di odontoiatra. Poco dopo è nata la prima

edizione del Master: ho allora preso la decisione di iscrivermi e dedicarmi alla medicina estetica, che ho iniziato a praticare all'inizio presso il mio studio odontoiatrico. Ben presto però mi sono accorta che gli spazi dello studio odontoiatrico non erano idonei alla nuova attività. Cresciuta la passione ho deciso di fare il salto, e ho aperto uno studio di medicina estetica con odontoiatria integrata. Perché la bocca rimane comunque una componente importantissima per l'estetica.

**Alla base di questa scelta c'è allora interesse professionale e grande passione per l'estetica, ma immagino anche motivazioni di tipo imprenditoriale**

Per me questo non è un lavoro, è una passione. Mi servivano nuovi stimoli, non volevo continuare a fare solo ed esclusivamente odontoiatria. Oggi mi diverto molto di più rispetto al passato perché diversifico le attività. E dal punto di vista imprenditoriale non c'è paragone: la lista degli appuntamenti è sempre folta.

Lo spazio di crescita per la medicina estetica è enorme, a patto di dedicarsi all'attività in maniera seria, non improvvisata, con impegno e professionalità. Al collega odontoiatra che vuole intraprendere questa attività suggerisco prima di tutto di dedicare uno spazio, anche solo una saletta, all'attività estetica. Non deve essere una cosa improvvisata, un riempitivo; al contrario deve apparire subito come il frutto di una scelta ben precisa e pianificata nel dettaglio. Questo trasmetterà al paziente che alla base c'è grande professionalità e cura del particolare.

**Quali gli svantaggi legati a questo tipo di attività? Penso ad esempio a più frequenti contenziosi medico legali**

Fino ad ora mi è capitato solo una volta, con una paziente che si diceva insoddisfatta di un trattamento. Ma le motivazioni della contestazione erano davvero poco condivisibili. Certo che c'è da stare molto attenti, ancor più a che a livello odontoiatrico. Non creare false aspettative o fare promesse non mantenibili, utilizzare un consenso informato completo e dettagliato e poi, ovviamente, lavorare con criterio.

**In che misura il paziente che si reca da lei per cure dentistiche richiede poi trattamenti estetici e filler?**



Anna Maria Veronesi, medico odontoiatra, ha conseguito il Master di II livello in Medicina Estetica e del Benessere all'Università degli Studi di Pavia, Master presso il quale è oggi Docente. È Socio fondatore e Presidente dell'Associazione Italiana Master di II livello in Medicina Estetica e del Benessere (AIMUSME) e membro del Comitato scientifico del Gruppo Italiano di Studio sulle Tecnologie (GIST).

A dirla tutta è l'esatto contrario. È dalla medicina estetica che porto il paziente all'odontoiatria. Ben l'80% dei miei pazienti si rivolge alla medicina estetica. Una volta fidelizzati, poi, si sottopongono alle cure odontoiatriche di cui necessitano. E stiamo parlando soprattutto di trattamenti che non avrebbero fatto - dalla normale igiene orale allo sbiancamento dentale - semplicemente perché non avevano intenzione di andare dal dentista, non ne vedevano la necessità. I pazienti sono anche attratti dal fatto che mi occuperò della loro bocca in maniera estetica.

Al contrario troppi colleghi odontoiatri hanno il 'vizio' di fare i dentisti: ben venga l'endodonzia, l'importanza della funzione... ma l'estetica? È questa la nuova richiesta del paziente di oggi. Un'otturazione non deve essere il segno del passaggio del dentista. Pratico poi ortodonzia, soprattutto su pazienti in età adulta, che pensavano che questo tipo di trattamenti fosse riservato esclusivamente ai più piccoli.

**Che tipo di trattamenti offrite ai vostri pazienti?**

Cure odontoiatriche e un'ampia gamma di trattamenti estetici, associati anche alla chirurgia plastica, grazie alla sinergia che ho attivato con uno specialista verso il quale indirizzo i pazienti che - sulla base delle loro richieste e delle mie valutazioni - hanno necessità di quel tipo di intervento e non - o non solo - di trattamenti di medicina estetica. E il collega fa lo stesso, nell'ottica di una collaborazione tra specialisti differenti e complementari.

Offro poi al paziente tutta una serie di servizi accessori - per i quali non ho alcun ritorno economico, ma che sono importanti per fidelizzarlo e completare l'offerta dello studio - come la presenza saltuaria di un visagista. Recentemente ho introdotto anche la dieta proteica.

Altra cosa di fondamentale importanza è quella di permettere al paziente di poter scegliere anche in base al portafogli: per la lassità

## Il paziente al centro

Le esigenze del paziente, il suo vissuto, le sue aspettative, i bisogni, diventano fondamentali per una corretta valutazione sul trattamento da proporre, sulla possibilità o meno della medicina estetica di trovare la soluzione.

"Parlo molto con i pazienti - ci ha confidato Anna Maria Veronesi -. Come medico sono molto aperta al dialogo con il paziente, per capirne i bisogni, le ansie, le paure, le richieste. Mi capita anche di indirizzare persone verso brevi sedute di psicoterapia: ho pazienti che si sottoporrebbero a un sacco di trattamenti ma il cui problema reale non è medico ma psicologico, di accettazione di sé. In questi casi la medicina estetica non può aiutarli, o non da sola".

L'obiettivo non è fare quanti più trattamenti possibile, ma interpretare - a volte veri e propri esercizi di maieutica - le reali esigenze del paziente, per proporre la soluzione migliore, da ricercare con l'ausilio della figura professionale più adatta.



La sala d'attesa dello studio Thermalift



L'estetica del sorriso è una componente fondamentale per valorizzare la propria immagine

sono preparati, e utilizzano il laser senza conoscerne i parametri o ricorrono ai filler meno costosi sul mercato.

Ci sono poi realtà che giudico quantomeno discutibili, come La Clinique o la Corporacion Dermo Estetica: in tutto questo il paziente non sempre ha gli strumenti per valutare l'affidabilità di un Centro o di un medico. L'unica arma a sua disposizione è rifarsi alle qualifiche di chi hanno di fronte.

#### Progetti per il futuro?

L'obiettivo è quello di aprire un Centro a Milano, che diventi un punto di riferimento. Uno studio completo all'interno del quale il paziente possa trovare tutte le risposte alle sue esigenze estetiche: un servizio che integri odontoiatria, medici-

na estetica, chirurgia plastica, estetista.

Un'altra idea è quella di aprire in alcuni Centri benessere una sede Thermalift - marchio che ho brevettato - per offrire ai

pazienti, anche in questi luoghi, la possibilità di ricorrere a trattamenti di medicina estetica con garanzia di serietà e professionalità.

Andrea Peren

### Questione di privacy

"Chi va dal medico estetico non ha piacere a farlo sapere" ci ha spiegato Anna Maria Veronesi. "Il dover entrare in uno studio dedicato esclusivamente alla medicina estetica scoraggia molti pazienti". Allora la soluzione è un servizio più complesso, come lo studio aperto dalla Veronesi, che comprenda anche l'odontoiatra, il dietologo, l'estetista... Tutti diranno di essere entrati per una ceretta o un'otturazione, e magari faranno entrambe le cose, anche se il motivo principale è un trattamento di medicina estetica. A causa di questa esigenza di non far sapere, non rivelare che la propria bellezza è - in qualche misura - frutto di trattamenti medici, non funziona il passaparola per il reclutamento dei pazienti. Diventano allora fondamentali azioni di marketing, promozionali, e un sito internet curato, accattivante e ben posizionato sui motori di ricerca.

cutanea, ad esempio, propongo il thermage. Se il trattamento si rivela però troppo costoso posso utilizzare l'infrarosso. Certo, il risultato sarà diverso, ma non priverò il paziente del risultato che mi ha richiesto, potendo comunque lavorare a livello del collagene. Se il paziente non si può permettere un trattamento, perché togliergli la possibilità di rivolgersi a un trattamento alternativo? Dall'odontoiatria ho anche imparato l'importanza di offrire finanziamenti a tasso zero, grazie ai quali molti pazienti fanno trattamenti che non si sarebbero potuti permettere.

**La manualità dell'odontoiatra si rivela un fattore decisivo nel momento in cui questi si dedica all'estetica?**

Per un odontoiatra è uno scherzo fare il medico estetico.

**Il personale è duttile? Ad esempio l'assistente passa con disinvoltura da pazienti odontoiatrici a pazienti in cura per trattamenti estetici?**

Non è così semplice. Giovanna, l'assistente che collabora con me da 12 anni, ha avuto qualche problema nei primi mesi, perché cambia totalmente il modo di relazionarsi al paziente. È necessario entrare nella psicologia del paziente di medicina estetica, i trattamenti vanno proposti in maniera completamente differente. Credo molto nel mio staff, e sono convinta che un buon team sia fondamentale per lavorare bene, confrontandosi, crescendo insieme. E alla base ci deve essere tanto entusiasmo per fare e la volontà di migliorarsi. Sono anche convinta che sia cor-

retto incentivare anche economicamente la crescita dei miei collaboratori, riconoscendogli oltre allo stipendio una percentuale su alcuni trattamenti.

**Lei ha frequentato il master in medicina estetica a Pavia, presso il quale ora è docente. Che tipo di formazione viene data in questo corso?**

Tra le cose più importanti che ho ricevuto ci sono la sicurezza di fare le cose fatte bene e sicuramente l'importanza del titolo, che mi qualifica agli occhi di pazienti e colleghi.

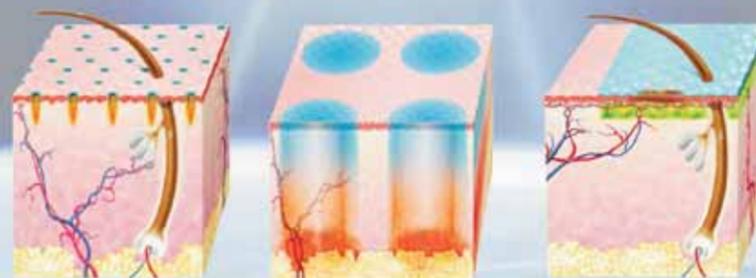
Ho anche avuto la possibilità di entrare in contatto con le aziende del settore, e valutare quali di queste sono di valore e quali da evitare. C'è da stare molto attenti, aziende serie ce ne sono solo poche. Soprattutto ci servono aziende che ci seguano anche dopo l'acquisto, fino a quando lo specialista è in grado di utilizzare a pieno l'apparecchiatura.

**Cosa dire allora ai colleghi odontoiatri?**

Gli odontoiatri sono troppi, c'è il boom della medicina estetica. E una forte spinta in questa direzione è già visibile; ai corsi si incontrano molti odontoiatri, anestesisti, medici di base. Andate in questa direzione, ma non senza una preparazione ampia e qualificata - non basta un corso monodisciplinare - e soprattutto cambiando punto di vista: è necessario smettere di pensare come medico odontoiatra e entrare in un'ottica più commerciale, più rivolta al paziente. Ma chi non si dedicherà alla materia con serietà avrà vita breve, perché oggi la medicina estetica viene fatta in maniera seria. Purtroppo ci sono molti colleghi che non

## Obiettivo: Ringiovanimento globale !

9 manipoli per differenti applicazioni



Palomar  
**STARLUX**<sup>TM</sup>  
SYSTEM

NOVITA'



Palomar  
**STARLUX**<sup>TM</sup>  
500 SYSTEM

- Fotoringiovanimento frazionato  
LUX 1540 - LUX IR
- Trattamento delle cicatrici, rughe e smagliature  
LUX 1540
- Vascolare viso e gambe  
LUX G - LUX 1064
- Epilazione  
LUX RS - LUX R
- Macchie cutanee  
LUX Y
- Acne  
LUX V

Per dimostrazioni gratuite contattate DL Medica

distribuito in esclusiva da:

**DL MEDICA**  
advanced medical technologies

via pietro calvi 2  
20129 milano italia  
T 02 76 27 51  
F 02 76 27 53 00  
dlmedica@dlmedica.it  
[www.dlmedica.it](http://www.dlmedica.it)