

A Brescia lo studio dentistico del futuro

Non basta un grande studio dentistico per fare una clinica odontoiatrica. Non è nemmeno sufficiente essere bravi dentisti, oltre a questi ci vogliono anche validi manager e un'organizzazione efficiente. In altri termini, bisogna saper fare gli imprenditori. Solo così si possono raggiungere risultati significativi. Come offrire un servizio di qualità professionale a costi accessibili. «Ciò non ha niente a che vedere con il low cost», precisa subito il dottor Carlo Adamoli, medico dentista da 25 anni e dal settembre 2010 direttore sanitario degli Ambulatori dentistici BelSorriso di CatelMella in provincia di Brescia. «Non si tratta di tenere i prezzi bassi a scapito della qualità. Al contrario, noi per esempio riusciamo a risparmiare proprio grazie alla ricerca della qualità». Questa si sviluppa su tre direttrici: organizzativa, tecnica (privilegiando apparecchiature e materiali all'avanguardia), professionale. In tal realtà due sono le figure chiave: i manager che provengono da altre aziende e i dentisti. «Che da noi fanno solo quello», precisa Adamoli. Quella di BelSorriso, come di altre strutture simili che stanno cominciando a sorgere in tutto il territorio nazionale, rappresentano una sorta di rivoluzione dell'esercizio della professione odontoiatrica. Il modo di fare il dentista del passato, lo studio mono-professionale, non ha

più mercato, e per due motivi: anzitutto perché nessun singolo dentista può permettersi il livello tecnico e organizzativo che garantiscono strutture di grandi dimensioni e poi perché, diciamo così, il dentista-imprenditore non ha mai funzionato un granché. Quando le cose andavano bene e i margini erano alti nessuno se accorgeva. Ora che la crisi morde, che 30 mila italiani si rivolgono all'estero e che gli studi chiudono, i nodi hanno cominciato a venire al pettine. «Le faccio alcuni esempi: qui funzionano ininterrottamente 16 ambulatori dal venerdì al sabato, dalle 8 alle 20», prosegue Adamoli, «organizzare la sanificazione degli ambienti non è cosa da poco». E non bisogna dimenticare che le apparecchiature, a scopo diagnostico e curativo, sono tante e di un tale livello che nessun singolo studio dentistico potrà mai permetterselo. E ancora l'efficienza gestionale che incide sugli acquisti e il rapporto con i fornitori e il costo del lavoro. Tutto questo, combinato con la qualità professionale del personale, permette di ridurre i costi, contenere i prezzi e di conseguenza aumentare la clientela.

I risultati economici sembrano dare ragione a questo nuovo modello: nel 2011 BelSorriso ha fatturato 3 milioni di euro, con 4.500 clienti. A metà del 2012 è già stato raggiunto l'80% del fatturato dell'anno precedente. I dentisti che vi lavorano non lo fanno per qualche giorno alla settimana ma stabilmente. Anzi, molti hanno lasciato i loro vecchi studi e s'integrano con la struttura che lavora in gruppo. Ogni paziente è preso in carico ed è seguito da un senior con la sua équipe interdisciplinare. Oggi non esiste infatti un dentista in grado di conoscere tutte le specializzazioni dell'odontoiatria. «Anche per questo il vecchio modello dello studio dentistico mono-professionale non ha futuro», conclude Adamoli. (riproduzione riservata)



BelSorriso, reparto sterilizzazione

più mercato, e per due motivi: anzitutto perché nessun singolo dentista può permettersi il livello tecnico e organizzativo che garantiscono strutture di grandi dimensioni e poi perché, diciamo così, il dentista-imprenditore non ha mai funzionato un granché. Quando le cose andavano bene e i margini erano alti nessuno se accorgeva. Ora che la crisi morde, che 30 mila italiani si rivolgono all'estero e che gli studi chiudono, i nodi hanno cominciato a venire al pettine. «Le faccio alcuni esempi: qui funzionano ininterrottamente 16 ambulatori dal venerdì al sabato, dalle 8 alle 20», prosegue Adamoli, «organizzare la sanificazione degli ambienti non è cosa da poco». E non bisogna dimenticare che le apparecchiature, a scopo diagnostico e curativo, sono tante e di un tale livello che nessun singolo studio dentistico potrà mai permetterselo. E ancora l'efficienza gestionale che incide sugli acquisti e il rapporto con i fornitori e il costo del lavoro. Tutto questo, combinato con la qualità professionale del personale, permette di ridurre i costi, contenere i prezzi e di conseguenza aumentare la clientela.