



## Il Manifesto IAO

Fondata il 14 dicembre 2015, nasce dalla confluenza di due forti Società Scientifiche, SICOI e SIO, che, sensibili all'evoluzione dell'attuale momento storico-culturale, hanno fatto propria la necessità di creare un'unica realtà scientifica, espressione moderna sia dei professionisti odontoiatri, che richiedono proposte culturali e formative di qualità e di contenuti mirati non sovrapposti a quelli già esistenti, sia delle aziende di settore, che vivono una particolare contrazione economica che si riflette anche sugli investimenti disponibili a supporto della Società Scientifiche.

La nuova Società è ufficialmente attiva da gennaio 2017.

**La Società svolge, nell'ambito del territorio nazionale e internazionale, attività didattica, di studio, di ricerca scientifica e di divulgazione nel campo dell'Implantologia Osteointegrata, con particolare riguardo agli aspetti di Chirurgia Orale e Riabilitazione Orale.**

Ciò viene perseguito attraverso il sostegno alla ricerca scientifica, l'organizzazione di attività di formazione nell'ambito dell'educazione continua, la formulazione, o la collaborazione alla formulazione, di linee guida per l'attività professionale, la sensibilizzazione della popolazione mediante la divulgazione di informazioni scientificamente corrette.

Per tali fini la Società si propone di:

- organizzare congressi, corsi di aggiornamento e formazione, convegni e incontri;
- istituire borse di studio, concorsi, premi;
- favorire scambi culturali anche con l'estero;
- attuare ogni altra iniziativa che contribuisca al progresso scientifico e al miglioramento del livello professionale nel campo dell'Implantologia Osteointegrata, della Chirurgia Orale e della Riabilitazione estetica e funzionale del cavo orale.

La Società, per il raggiungimento di queste finalità, favorisce tutte le possibili cooperazioni con istituzioni pubbliche o private, nazionali e Internazionali.



**Tra i Soci Attivi si possono riconoscere i nomi tra i più significativi dei professionisti odontoiatri e del mondo accademico provenienti da tutta Italia.**

Già in questi primi mesi di vita IAO ha impostato un piano marketing per individuare le migliori strategie utili a tracciare una comunicazione innovativa e attraente, con un respiro internazionale, partendo anche dall'analisi di survey condotta sui Soci Attivi, durante la prima assemblea istituzionale e raccogliendo importanti feedback delle Aziende storicamente Sponsor di SICOI e SIO.

Anche la prima stesura del piano culturale del 2017 prende spunto e sviluppa questi primi dati. Da questi infatti emerge una sentita esigenza di una maggiore attenzione ai rapporti interdisciplinari e agli aspetti clinici particolarmente importanti per un pubblico giovane a cui la Società vuole prestare una specifica attenzione. Inoltre è stata evidenziata la necessità di una più attenta distribuzione dell'erogazione della formazione che coinvolga quanti più professionisti possibili, allargando quindi la base dei futuri Soci, non solo quelli Attivi, che ad oggi si potrebbero stimare in circa un migliaio di odontoiatri, dato che emerge dalla realtà delle due Società madri.

Un altro aspetto rilevante sarà quello della sensibilizzazione dei professionisti per ciò che concerne la cura e il mantenimento nel tempo del paziente trattato con chirurgie e riabilitazioni impianto-protesi. La storia culturale delle due Società che hanno dato vita a IAO è stata caratterizzata da una attenzione privilegiata agli aspetti chirurgici e riabilitativi del paziente. Oggi il rilevante numero di pazienti trattato con implantologia osteo-integrata impone di tener conto dei dati epidemiologici di patologia peri-implantare, e quindi nasce l'esigenza di integrare nei suoi obiettivi formativi gli aspetti del mantenimento e il ruolo fondamentale dell'igienista dentale, figura professionale che svolge il primo contatto diretto con il paziente trattato.

Tutti questi obiettivi sono stati condivisi e apprezzati da molte Aziende di settore di primaria importanza che sono diventate "partner" di questa nuova realtà.

Parallelamente alla comunicazione di IAO in ambito odontoiatrico, la Società si sta inoltre muovendo nell'individuazione di strategie efficaci e moderne che si avvalgono di un marketing mix comunicazionale innovativo che miri al coinvolgimento del paziente, il principale beneficiario delle cure odontoiatriche.



È di fondamentale importanza, in un panorama di offerta prestazionale svilita a puro commercio clinico come quella attuale, che il paziente venga informato con l'obiettivo di riconoscere la qualità della terapia offertagli e che abbia punti di riferimento, in termini di competenza professionale, su tutto il territorio nazionale, di odontoiatri qualificati clinicamente e riconosciuti dal punto di vista scientifico a livello internazionale.

Questi quindi i primi step sui quali IAO sta lavorando. Nel "cassetto" però i progetti non finiscono qui, e tra i primi che emergeranno ci sarà quello di dare alla Società un forte carattere internazionale per creare un network culturale di scambi e di arricchimento senza confini.