

45° MESE DELLA PREVENZIONE DENTALE

SALUTE ORALE: 1 ITALIANO SU 3 NON SI SENTE SICURO DELLA PROPRIA FORZA GENGIVALE

- *A 45 anni dall'avvio della più longeva e radicata iniziativa in Italia nell'ambito della prevenzione dentale, ANDI – Associazione Nazionale Dentisti Italiani - e Mentadent fanno il punto sulle sfide ancora aperte e sui traguardi raggiunti quando si parla di igiene orale*
- *Una nuova indagine condotta da Ipsos rivela che 1 italiano su 3 (32%) non si sente sicuro nel mordere una mela, segno di insicurezza nella propria forza gengivale. Solo il 25% tuttavia considera l'invecchiamento delle gengive un rischio da monitorare e lo annovera tra i motivi che spingono a fare prevenzione.*
- *Uno studio inedito condotto dal Prof. Luca Levrini (Università dell'Insubria), in collaborazione con Mentadent, conferma che la malattia parodontale – portando instabilità dei denti – incide negativamente sulla forza masticatoria, con conseguente perdita di fiducia, anche psicologica, nel mordere.*

Roma, 2 ottobre 2025 – 1 italiano su 3 (32%) non si sente sicuro nel mordere una mela. Un gesto simbolico, ma anche concreto, che accende i riflettori su un aspetto spesso sottovalutato della salute orale: la **"forza gengivale"**. Eppure, davanti a gengive che sanguinano, **solo 1 persona su 3 (30%) prenoterebbe una visita dal dentista**. In confronto, **il 60% lo farebbe per una carie**, e **il 46% per placca o tartaro**. A rivelarlo, una ricerca condotta da Ipsos¹ in occasione di uno storico traguardo: il **45° anniversario del Mese della Prevenzione Dentale**, l'iniziativa più longeva e radicata nell'ambito della prevenzione in Italia. Promossa da **ANDI – Associazione Nazionale Dentisti Italiani** e **Mentadent**, da oltre quattro decenni promuove la diffusione della cultura dell'igiene e della salute orale con la partecipazione di oltre **10.000 dentisti volontari** che ogni anno si mettono a disposizione.

"Il 45° Mese della Prevenzione Dentale non è solo un anniversario, ma la testimonianza della visione condivisa che da decenni lega ANDI a Mentadent," dichiara Carlo Ghirlanda, Presidente nazionale ANDI. "Puntiamo a un futuro in cui la salute orale sia riconosciuta come pilastro del benessere generale. Questo traguardo ci spinge a guardare avanti, consolidando il nostro impegno a innovare e investire nella prevenzione per tutti gli italiani. La nostra forza risiede nella capacità di fare rete, e il Mese della Prevenzione ne è la prova più tangibile. Quest'anno, in particolare, ci concentriamo sulla salute gengivale, ancora trascurata quando si tratta di fare prevenzione. Ma, in un contesto in cui più di 1 italiano su 2 soffre di malattie parodontali, è più che mai rilevante sensibilizzare le persone sul ruolo cruciale delle gengive per la salute orale e sistemica".

L'impegno di Mentadent e ANDI sulla prevenzione orale abbraccia quindi, quest'anno, la salute delle gengive. È evidente, infatti, che la consapevolezza degli italiani sulla centralità delle gengive per la salute generale della bocca sia ancora precaria: solo **il 25% considera l'invecchiamento gengivale un rischio da monitorare** e lo annovera tra i motivi che spingono a fare prevenzione. In

¹ Ipsos, "Relazione tra Italiani e Dentista", giugno 2025.

Nota metodologica: indagine condotta da Ipsos su un campione di 462 rispondenti, di cui il 30% uomini e il 70% donne, dai 18 ai 70 anni, con un'equa rappresentazione delle diverse regioni italiane. L'indagine è stata condotta tra il 12 e il 19 giugno attraverso interviste online presentate sotto forma di questionario.

questo contesto, risulta quindi fondamentale sensibilizzare sull'importanza di preservare anche le gengive dagli effetti del tempo che passa, dati alla mano.

Invecchiamento gengivale e forza masticatoria, infatti, sono molto più di una questione puramente funzionale: è un indicatore concreto dello stato di salute delle gengive e, nei soggetti con parodontite, può risultare significativamente compromessa.

In uno studio inedito condotto dal **Professor Luca Levrini²** - Direttore della Scuola di Specializzazione in Ortodonzia presso l'Università degli Studi dell'Insubria - è emerso che **la malattia parodontale incide negativamente sulla forza masticatoria**, riducendo la capacità di stringere tra le arcate dentarie e generando non solo instabilità dentale ma anche **una perdita di fiducia psicologica** nel mordere. *"Mordere una mela non è solo una prova fisica ma anche di attitudine mentale allo svolgimento di una funzione orale fondamentale: molti pazienti, soprattutto anziani, perdono fiducia nella propria capacità di addentare, e questo è spesso legato alla malattia parodontale"* spiega Levrini. *"La prevenzione e la cura della parodontite migliorano non solo la stabilità dentale, ma anche la forza nel mordere e, con essa, la buona nutrizione; questo conferma ulteriormente che la prevenzione orale deve essere per tutta la vita, per trasformarsi in sinonimo di salute sistemica per tutto il corpo."*

Ma quali sono, oggi, gli ostacoli alla prevenzione? Secondo l'indagine Ipsos, tra coloro che non si recano dal dentista da più anni, le ragioni addotte sono le seguenti:

- **Il 74%** degli intervistati cita l'impatto economico
- **Il 24%** ha paura della visita
- **Il 27%** non ne percepisce la necessità
- Il disagio aumenta con l'età: tra gli over 55, **il 30% dichiara di provare imbarazzo** a farsi visitare, verosimilmente perché sa di non avere una bocca in salute.

A 45 anni dall'avvio del Mese della Prevenzione in Italia, sono tuttavia numerosi i traguardi raggiunti, come evidenziato anche dalla ricerca Ipsos. La prevenzione in fatto di salute orale si configura come una scelta di economia personale e salute a lungo termine, **con il 55% che è consapevole che prevenire significa evitare problemi gravi e costosi.** Non solo, tra le motivazioni che spingono a fare prevenzione anche la consapevolezza che gli **stili di vita** (fumo, cattiva alimentazione...) **possono avere conseguenze importanti anche sulla salute orale** (36%) e la **paura di dover affrontare interventi più invasivi e costosi se non fa prevenzione** (34%). In conclusione, negli anni è cresciuta la consapevolezza del valore della prevenzione, in particolare per quanto riguarda l'adozione di stili di vita più salutari, con tuttavia ancora numerosi ostacoli – pratici, economici ma anche psicologici: dal tema dei costi alla paura della visita, fino al disagio di fronte a una condizione orale già compromessa.

La campagna di quest'anno – che si è aperta oggi con una conferenza istituzionale a Roma - prevede la distribuzione di **materiali educativi**, **una mappa online (Dentist Finder) per trovare il dentista volontario più vicino**, e la possibilità di effettuare **visite in studio** che prevedono anche un controllo accurato della salute gengivale.

"Da 45 anni, con il Mese della Prevenzione Dentale, contribuiamo a rafforzare un ponte fondamentale per la salute: quello tra lo studio del professionista e la casa. I dati ci dicono che la consapevolezza degli italiani è aumentata: nel 2023, sempre con un'indagine Ipsos, avevamo visto ad esempio che solo 2 italiani su 10 consideravano l'igiene orale un'abitudine importante per prevenire l'invecchiamento. Oggi più della metà si dice consapevole che fare prevenzione significa

evitare problemi gravi e costosi– dichiara **Cristiano Gallotta, Marketing Oral Care Italia & Brand Development Lead Europe Unilever**. “Le gengive, che sono le fondamenta dei nostri denti, troppo spesso vengono trascurate. Il Mese è un’occasione per sensibilizzare le persone sul fatto che si può e si deve fare prevenzione per preservare e mantenere nel tempo la forza masticatoria”.

###

NOTA ESPLICATIVA IMPORTANTE

Si ricorda che i termini utilizzabili per le comunicazioni riferite alle prestazioni sanitarie devono attenersi alla Legge n°145/2018, approvata il 30 dicembre 2018 che identifica in campo sanitario come corretto il messaggio esclusivamente informativo bocciandone i contenuti promozionali e suggestivi.

Il termine “**gratuito**” riferito a qualsiasi prestazione sanitaria è sanzionabile dall’Ordine professionale, fermo restando che l’art. 54 del Codice deontologico medico sancisce che “Il medico può prestare gratuitamente la propria opera purché tale comportamento non costituisca concorrenza sleale o sia finalizzato a indebito accaparramento di clientela”.

Pertanto, riferendosi alle prestazioni che in occasione del Mese della Prevenzione Dentale sono rese in tale forma è corretto utilizzare la dicitura: **Visite a cura dei dentisti volontari ANDI** oppure altre formule analoghe ma sempre escludendo i termini **gratis, omaggio, gratuito**, ecc. che sono, appunto, sanzionabili.

Contatti

Unilever -Valentina Serio -valentina.serio@unilever.com

Edelman – Ufficio stampa Mentadent

Bianca Savonarola - bianca.savonarola@edelman.com – 340 8352261

Ufficio stampa ANDI NAZIONALE

Elisa Braccia – elisabraccia@communiqué.it – 346 3951050

Informazioni su Mentadent

Mentadent – marchio Unilever presente in Italia dal 1977 – è da sempre il brand di riferimento per l’igiene orale quotidiana in Italia, rendendo disponibili prodotti innovativi grazie al forte investimento in Ricerca & Sviluppo. Da oltre 40 anni la missione di Mentadent è sensibilizzare le persone sull’importanza della prevenzione orale come elemento fondamentale della salute generale della persona, nonché rendere l’igiene orale prioritaria e accessibile a tutti. Attraverso iniziative come il Mese della Prevenzione Dentale, promuove l’educazione a una corretta igiene orale, creando un ponte, sempre saldo, tra lo studio dentistico e la casa delle persone. Per maggiori informazioni: www.mentadent.it

Informazioni su ANDI

Fondata nel 1946 ANDI è cresciuta sino a diventare il sindacato medico odontoiatrico più rappresentativo d’Italia, con gli attuali oltre 28.000 Associati, e ponendosi quale punto di riferimento e interlocutore principale per quanti operano, sia direttamente che indirettamente, nell’universo dentale, concretizzando relazioni e vie di comunicazione privilegiate con istituzioni, produttori e utilizzatori, media e opinione pubblica.

Le attività sindacali, culturali e scientifiche svolte da ANDI muovono da una solida base valoriale fondata sul benessere e sull’importanza della salute della persona.

In virtù di questi principi ANDI ha saputo creare nessi, sviluppando aggregazione e arrivando così a creare un modello partecipato da numerosi dentisti italiani, che hanno fatto della propria adesione e partecipazione alla vita dell’Associazione un irrinunciabile punto d’eccellenza sia personale che professionale.

Per questa ragione, ANDI, da sempre, promuove la professione odontoiatrica e offre servizi a quanti la praticano.

Per la stessa ragione, operare per la tutela dell’odontoiatria, non significa semplicemente impegnarsi per difendere una categoria, ma promuovere e sostenere il compito di dare risposte efficaci all’esigenza di benessere di quanti, ogni giorno, si rivolgono al dentista.

In questo senso va letta l’intensa attività sindacale di ANDI; allo stesso modo vanno considerati, seppur nella loro specificità, i numerosi e sempre più qualificati servizi indirizzati a tutti gli operatori del settore.