

## 45° MESE DELLA PREVENZIONE DENTALE

### RELAZIONE TRA ITALIANI E DENTISTA: I DATI IPSOS IN SINTESI

**Sunto delle evidenze emerse dalla nuova indagine, condotta da Ipsos a giugno 2025, sui comportamenti e sulla consapevolezza degli italiani in fatto di prevenzione orale e salute gengivale**

- **1 italiano su 3 (32%) non si sente sicuro nel mordere una mela**, segno di scarsa fiducia nella propria “forza gengivale”.
- Ma **solo il 25%** considera l'**invecchiamento delle gengive** un rischio da monitorare e lo annovera tra i motivi che spingono a fare prevenzione.
- Non solo, 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.
- **Ostacoli e barriere di fronte alla prevenzione:** Tra coloro che non si recano dal dentista regolarmente da più anni, le principali ragioni addotte sono le seguenti:
  - **Il 74% 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 sentirsi a disagio 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: **il 55% che è consapevole che prevenire significa evitare problemi gravi e costosi**.
- Tra le **motivazioni che spingono a fare prevenzione:**
  - **il 36% cita la consapevolezza che gli stili di vita** (fumo, cattiva alimentazione...) possono avere **conseguenze importanti** sulla salute orale;
  - **il 34% cita la paura di dover affrontare interventi più invasivi** e costosi se non si fa prevenzione.

#### **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 questionari.