Beauty

© Launchmetrics/Spotlight

Viso e corpo

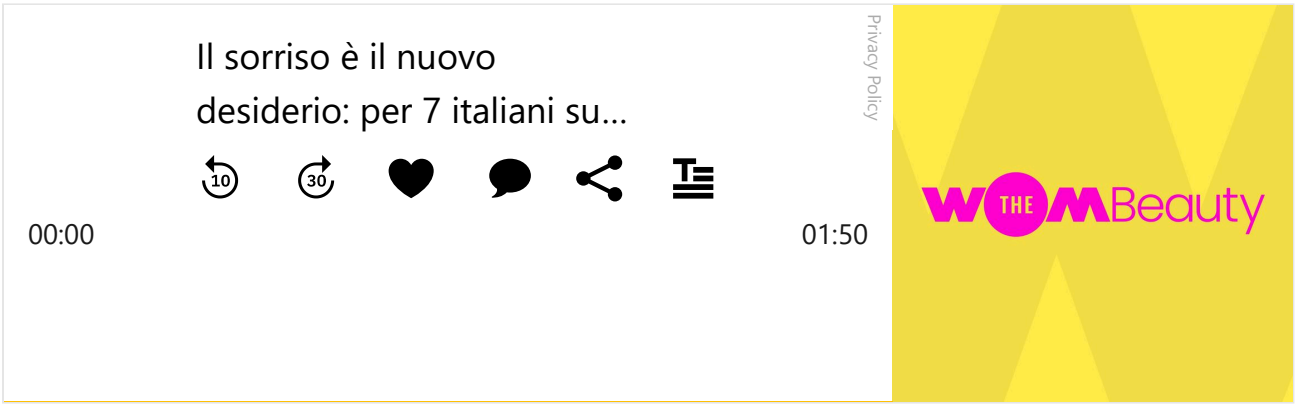
IL SORRISO È IL NUOVO DESIDERIO: PER 7 ITALIANI SU 10 CONTA PIÙ DELLA PELLE

Pubblicato il 27-08-2026
FRANCESCA MERLO

Allineatori, sbiancamento e faccette sono usciti dal recinto della cosmetic dentistry di nicchia e sono entrati nella routine beauty di tutti i giorni.

ADV

Preferisci ascoltare il riassunto audio? Abbiamo scelto una voce realizzata con strumenti avanzati IA per rendere rendere i nostri testi subito accessibili a tutti



Tra sieri, filler e skinification, per anni l'attenzione beauty si è concentrata sul viso. Ma i dati più recenti raccontano un cambio di baricentro: il **sorriso** è diventato il primo indicatore di cura di sé, quello che pesa di più sull'autostima e sulla percezione che gli altri hanno di noi.

UN DATO SU TUTTI: IL SORRISO CONTA PIÙ DELL'ESTETICA

Una ricerca condotta da Key-Stone su un campione di 3.000 italiani over 20, commissionata da Ultradent, mette nero su bianco quello che i social lasciavano intuire da tempo: il 69% degli intervistati collega denti più bianchi a un miglioramento del proprio benessere personale e delle relazioni sociali. Tra

Gen Z e Millennials la percentuale sale ulteriormente, segno che per le generazioni più giovani il sorriso ha assunto un peso identitario paragonabile a quello della pelle o del corpo.

Il desiderio è già maggioranza: il 73% del campione vorrebbe avere o mantenere denti bianchi, con un interesse più marcato tra donne, Gen Z, Millennials e fasce socio-economiche medio-alte. Tra chi si è già sottoposto a un trattamento sbiancante, i benefici raccontati non riguardano solo l'aspetto: piacersi di più, sorridere con più libertà, sentirsi più sicuri nelle interazioni quotidiane. Una prova ulteriore di quanto il confine tra cura estetica e benessere psicologico si sia assottigliato anche in ambito odontoiatrico, dopo aver già ridisegnato skincare e make-up.

ALLINEATORI, FACCETTE, SBIANCAMENTO: LA DOMANDA ESPLODE A LIVELLO GLOBALE

Il fenomeno italiano si inserisce in una traiettoria internazionale ben documentata dai numeri di mercato. Il comparto degli allineatori trasparenti è tra i più dinamici dell'intero settore beauty-health: le stime di settore parlano di una crescita da 6,7 miliardi di dollari nel 2023 a quasi 30 miliardi entro il 2030, con un tasso di crescita annuo composto vicino al 24%, trainato soprattutto dalla domanda adulta e dalla diffusione dei modelli direct-to-consumer.

Le faccette seguono una curva simile, sebbene meno ripida: il mercato globale è passato da 2,29 miliardi di dollari nel 2023 a 2,47 nel 2024, con una proiezione di 3,24 miliardi entro il 2028. Dietro l'accelerazione, gli esperti indicano lo stesso motore: la pressione estetica alimentata dai social media. Un'indagine tra dentisti pubblicata su una rivista scientifica internazionale ha rilevato che il 90,7% dei professionisti interpellati collega direttamente l'aumento della domanda di procedure estetiche alla visibilità social, con lo sbiancamento al primo posto tra i trattamenti richiesti (54,7%), seguito da Hollywood smile (17,1%), faccette (11,9%) e allineatori invisibili (10,4%).

IN ITALIA LA CURA DEL SORRISO PASSA (ANCORA) DAL DENTISTA

Rispetto al trend globale, il quadro italiano mantiene un ancoraggio più prudente alla professione. Il 56% degli intervistati da Key-Stone è stato dal dentista negli ultimi dodici mesi, il 22% negli ultimi quattro, e l'80% si rivolge a uno studio privato. Lo sbiancamento professionale resta però un territorio ancora da

esplorare per una parte del pubblico: solo il 47% lo conosce nel dettaglio, mentre il 34% ne ha solo una percezione generica. Il gap generazionale è netto: tra i Boomers appena il 2% ha già effettuato il trattamento e il 32% non lo conosce affatto.

Più della metà degli intervistati, oltre uno su due, si dichiara interessato a un trattamento professionale, con l'11% che si definisce molto interessato. Ma tradurre l'interesse in scelta reale è un'altra storia: considerando le soglie di prezzo, la domanda realmente accessibile si ferma al 24% della popolazione adulta. Tra le barriere più citate, il costo percepito troppo alto, la sensazione di non averne davvero bisogno e la bassa priorità rispetto ad altre spese. Il fai-da-te resta un'opzione di ripiego, citata dal 9% di chi non frequenta un dentista da anni.

IL ROVESCIO DELLA MEDAGLIA: QUANDO IL SORRISO PERFETTO DIVENTA UN RISCHIO

L'entusiasmo collettivo per denti bianchi e allineati ha anche un lato più scivoloso, ed è quello legato al turismo dentale low cost. Il fenomeno noto come "Turkey teeth", diventato virale su TikTok, ha spinto migliaia di persone verso cliniche estere che promettono faccette e corone a prezzi ridotti in tempi record. Le associazioni di categoria britanniche hanno registrato un'impennata di complicazioni post-trattamento, dalla limatura eccessiva dello smalto a corone mal calibrate che compromettono la masticazione e la parlata. Un campanello d'allarme che rende ancora più centrale il tema della qualità clinica.

La ricerca Key-Stone individua nella certificazione dei prodotti la leva di fiducia più forte: oltre 9 intervistati su 10 tra chi è interessato allo sbiancamento considera essenziale l'uso di soluzioni clinicamente testate e riconosciute a livello internazionale. Su questo punto interviene Aurelio Gisco, CEO di Ultradent Italia e Area Vice President per SEMENA, Giappone, Cina e Corea del Sud: «Il sorriso è anche un elemento chiave per il benessere psicologico personale. La nostra missione è offrire soluzioni professionali che uniscano sicurezza, qualità e un impatto positivo sulla vita delle persone. La ricerca conferma che il valore percepito dello sbiancamento va oltre l'estetica: riguarda la fiducia, le relazioni e la qualità della vita».

LA ROUTINE DEL SORRISO BIANCO: COSA METTERE NEL BEAUTY CASE