



# Signal Türk Diş Hekimleri Birliği ve Dünya Diş Hekimleri Birliği ile El Ele

7'den 70'e herkesin markası Signal'in Türk toplumunun ağız ve diş sağlığı bilincini artırmak adına desteklediği, '**Ağızına Sağlık Türkiye**' projesinin ilk faz analizleri açıklandı. Signal'in düzenlediği basın toplantısına Dünya Diş Hekimleri Birliği ile Türk Diş Hekimleri Birliği de katıldı.

*Toplantıda "Türkiye ağız ve diş sağlığı profili"ne dair çarpıcı veriler aktarıldı:  
**Türkiye'de her 3 kişiden 1'i dişlerini günde 1 kez bile fırçalamıyor.***

Dünya çapında 40'tan fazla sağlık geliştirme programını destekleyen **Signal**, Türkiye'de de **Dünya Diş Hekimleri Birliği (FDI)** ve **Türk Diş Hekimleri Birliği (TDB)**'ni yanına alarak '**Ağızına Sağlık Türkiye Projesi**'ni sürdürüyor.

Türkiye genelindeki ağız sağlığı profilinin saptanmasını, ağız sağlığının genel sağlığa olan etkilerini de ortaya koyarak toplumsal bilincin yükseltilmesini hedefleyen proje 3 yaşında. **Signal**, **FDI-TDB** arasındaki global ve ulusal işbirliği süreçlerinin aktarıldığı basın toplantısında; "**Ağızına Sağlık Türkiye**" projesi kapsamında yapılan "**Türkiye Ağız ve Diş Sağlığı Araştırması**"nın ilk faz sonuçları ve halihazırda devam eden 3 yıllık ikinci faz çalışmaları hakkında bilgi verildi.

Unilever'in öncü markası Signal'in düzenlediği basın toplantısına FDI Başkanı Dr. Orlando Monteiro da Silva, TDB Başkanı Prof. Dr. Taner Yücel, Proje Başkanı Prof. Dr. İnci Oktay, Unilever Ev ve Kişisel Bakım Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı ve Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Yalım Uzun ile Unilever Ağız Bakım Grubu Araştırma Geliştirme Müdürü Vaidehi Ketkar katıldı.

## 3 bin 40 kişiye ağız taraması yapıldı

7 bölgeden kırsal kentsel nüfus dağılımını ve 9 farklı yaş grubunu temsilen 3.040 denek üzerinde yürütülen araştırma verileri doğrultusunda konuşmacıların altını çizdiği nokta; Türkiye'de ağız-diş sağlığı hijyeni ve bakımı konusundaki toplumsal bilincin düşüklüğü oldu.





## Her 2 evden birine hiç diş fırçası girmiyor!

Unilever Ev ve Kişisel Bakım Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı ve Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Yalım Uzun, Türkiye’de bir kişiye yılda 1 tane bile diş fırçasının düşmediğini, her 2 evden birine hiç diş fırçası girmediğini, 3 kişiden birinin dişlerini günde 1 kez dahi fırçalamadığını belirtti. Sürveyans çalışmasına başkanlık eden **Prof. Dr. İnci Oktay** ise çürüklerin çokluğuna kıyasla kişi başına 1 dolgulu diş bile düşmezken; çürüklerin tedavi edilmek yerine çekildiğine dikkat çekti.

## İkinci etapta okullar gezilerek ağız hijyeni anlatılacak

Aralık 2011 tarihinde başlayan Faz 2 Çalışması’nın yine 3 yıllık bir takvimde tamamlanması öngörülüyor. Projeye öncülük etmekten dolayı çok heyecanlı olduklarını dile getiren **Unilever Ev ve Kişisel Bakım Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı ve Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Yalım Uzun** şunları söyledi: “Signal’in Türkiye’deki hedefi desteklediği projeler ve teknolojinin ulaştığı son noktayı kullanarak pazara sunduğu yeni ürünlerle toplumsal ağız sağlığı bilincini yükseltmektir. Projemizin ikinci etabında okullarda eğitimler düzenleyerek ağız hijyeni konusunda daha bilinçli bir toplum yaratmak için adımlar atacağız.”

Zeynep Yalım Uzun’dan sonra **FDI Başkanı Dr. Orlando Monteiro da Silva** dünya çapında her 10 kişiden 9’unun ağız hastalıkları ile mücadele ettiğini kaydederek projenin önemine işaret etti. Dr. Da Silva “Dünya çapında 1 milyon diş hekiminin sesi olan FDI olarak Unilever ve yerel partnerlerle birlikte yürüttüğümüz bu projede günde 2 kez florürlü diş macunu ile diş fırçalamanın önemini anlatıyor; insanların hayatlarında farklılık yaratmayı hedefliyoruz” dedi.

## Türkiye’de 12 yaş çocuklarında hastalıklı diş sayısı 6.17; FDI’nın hedefi ise 1

Konuşmacılardan TDB Başkanı **Prof. Dr. Taner Yücel** ise; Batı ülkelerinde diş hekimine gitme sıklığının yılda 5, ülkemizde ise 0.9 olduğuna dikkat çekerek şöyle konuştu: “Türkiye’de 0-14 yaş grubunda çürük-dolgulu-çekilen diş değer ortalaması 6.17’dir. Oysa FDI’nın 12 yaş çocukları için hedeflediği değer 1.0’dir.”

“Unilever’de yaptığımız her işin temelinde araştırma ve bilim yatar” diyen Unilever Ağız Bakım Grubu Araştırma Geliştirme Müdürü **Vaidehi Ketkar** ise dünya çapında FDI’la yürüttükleri işbirliği ile ağız sağlığının geliştirilmesi ve herkesin sağlıklı gülüşlere sahip olmasını hedeflediklerini söyledi.





**Dünya Diş Hekimleri Birliği (FDI) hakkında:** FDI Dünya Diş Hekimleri Birliği, diş hekimliğinin dünya ölçeğindeki yetkili ve bağımsız sesidir. Federasyon, dünyanın 135'i aşkın ülkesindeki 190'dan fazla üye birliği ile uluslararası alanda bir milyonu aşkın diş hekimini temsil etmektedir. [www.fdiworldental.org](http://www.fdiworldental.org).

**Türkiye Diş Hekimleri Birliği (TDB) hakkında:** Diş hekimliği mesleğinin gelişmesini sağlamak; toplumun ağız ve diş sağlığı seviyesinin yükseltilmesine katkıda bulunmak amacıyla kurulan birlik, ülkemizde ağız diş sağlığı hizmeti sunan 22 bin dişhekimin ortak sesidir.

**Signal hakkında:** Signal, Unilever Ağız Bakım biriminin lider ağız bakım markasıdır. Signal, 40 yılı aşkın mirası ile milyonlarca tüketicisinin ağız sağlığını günün 24 saati boyunca koruyup güçlendirdiği klinik olarak kanıtlanmış ürünler geliştirmektedir. 1984 yılında Türk pazarına girmiş olan Signal, Türkiye'nin ilk kırmızı-beyaz çizgili diş macununu piyasaya sunmuştur. Signal, ağız ve diş sağlığı alanındaki yenilikleriyle, Türkiye'deki ağız bakım alışkanlıklarını gelişmiş ülkelerin düzeyine taşımayı amaçlamaktadır.

