

## HYGIÈNE BUCCO-DENTAIRE

# GSK part en campagne

**L**a santé passe aussi par la bouche”, tel est le thème de la campagne que GlaxoSmithKline (GSK) inaugurerà, le 7 juin prochain, avec l’Union française pour la santé bucco-dentaire. « *Cette opération tranchera avec ce qui s’est fait jusqu’alors, car la largesse de notre portefeuille de marques nous permet d’avoir une approche de la santé bucco-dentaire qui va au-delà des seuls dentifrices et brosses à dents, explique Vincent Cotard, président de GSK santé grand public. Nous aborderons les problèmes de sevrage tabagique et d’herpès labial que nous connaissons bien avec Niquitin et Activir.* »

Cette exposition itinérante fera étape dans six villes et mettra en avant Sensodyne et Aquafresh. La première s’étouffe du dentifrice Pro-Email, destiné à protéger les dents de l’érosion de l’émail. Lancé en GMS et pharmacies, il sera soutenu par de la pub télé et presse en juin et septembre. Aquafresh vient pour sa part de lancer Blancheur &



Brillance, un dentifrice aux micro-particules lissantes, et deux brosses à dents, Flex Triple action et FlexiGel. « *Forts du succès de la communication “N’oubliez pas votre langue” de l’an dernier, nous allons continuer sur ce thème en accentuant la proximité avec le consommateur* », poursuit Vincent Cotard. Le slogan d’Aquafresh sera décliné sur les bus, les Smart, le web et dans les bars, ainsi que dans une campagne télé.

Numéro deux de l’hygiène bucco-dentaire, GSK innovera également cet été dans les produits destinés aux appareils dentaires. Après avoir lancé les languettes adhésives, en 2005, la gamme Polident continue de se démarquer avec Activ’Fresh, la première mousse nettoyante de la catégorie. ■ **Léna Rose**