



P&G

Une utilisation massive du logo :

Oral-B : des innovations reconnues par les consommateurs

Un plan massif pour continuer à soutenir Oral-B 3D White en 2015

Television, Presse, Promotions, Digital & Réseaux sociaux

**B to B**

Oral-B

Réalisez votre plus beau sourire de l'année 2015 grâce au dentifrice Oral-B 3D White Luxe Éclat et Glamour !

Oral-B 3D White

Camille Jullien, votre dentiste se que vous aimez et brillez avec le dentifrice Oral-B 3D White Luxe. Vos dents sont donc en bonne santé, plus blanches et plus brillantes !

**Digital**

BONNE ANNÉE 2015

Oral-B 3D WHITE LUXE

Élu Produit de l'Année 2015 par des femmes comme vous !

Des dents visiblement plus blanches\* et plus éclatantes

**Presse**

Oral-B 3D WHITE LUXE

Grand Prix Marketing Innovation 2015

**En magasin**

Oral-B 3D WHITE LUXE

Élimine jusqu'à 90% des taches\* en 5 jours

SHAKIRA

Camille Jullien, Chef de Produit Oral-B dentifrices, témoigne :

"L'innovation a toujours été au cœur de l'ADN de la marque Oral-B et est également à l'origine de la gamme de dentifrices blancheur Oral-B 3D White Luxe lancée en 2014. En effet, le dentifrice Oral-B 3D White Luxe Éclat et Glamour élimine jusqu'à 90% des taches en surface en 5 jours pour des dents visiblement plus blanches et plus éclatantes ! Il combine 5 actions :

- Effet blancheur 3D : les particules blanchissantes entourent chaque dent.
- Élimination des taches : un système breveté de double silice déloge les taches tout en polissant les dents.
- Prévention des futures taches grâce à un agent anti-tartre.
- Effet brillance instantané.
- Action fraîcheur longue durée.

C'est pourquoi il nous paraissait important de participer à l'élection Produit de l'Année qui récompense ce caractère innovant. De plus, Oral-B est une marque jeune sur le segment des dentifrices puisqu'elle a été lancée en janvier 2013. Porter le titre de Produit de l'Année nous permet de bénéficier de la notoriété de ce logo auprès de nos consommateurs afin de **générer de l'essai** et de **renforcer encore un peu plus la légitimité** d'Oral-B au sein du rayon dentaire. Enfin, **Oral-B avait déjà été élu « Produit de l'Année »** l'an passé sur la **gamme de brosses à dents électriques PC 600** et sur la **gamme de dentifrices Oral-B Pro-Expert**. **L'expérience** ayant été **couronnée de succès**, nous avons décidé de retenter notre chance cette année.

Lorsqu'Oral-B a été élu Produit de l'Année 2014, nous avons décidé **d'utiliser ce logo sur nos supports de communication les plus puissants**. Nous avons notamment adapté notre publicité TV, et notre communication en magasin ou sur internet. Cela a été **un succès** donc nous comptons à nouveau utiliser ce logo Produit de l'Année 2015 à travers **le plus de supports de communication possible**. Nous avons notamment déjà communiqué via la presse Professionnelle, la presse Grand Public et les réseaux sociaux.

Il est toujours difficile d'isoler l'augmentation des ventes volumes spécifiquement due à l'attribution du logo Produit de l'Année. Cependant, **il est certain que le logo est un véritable accélérateur de notoriété et d'essai**, ce qui est **crucial** dans le cas d'une marque aussi jeune que l'est Oral-B sur le segment des dentifrices. De plus, **la caution du logo constitue un argument supplémentaire pour nos équipes de vente.**"

LES CHIFFRES CLÉS DU LOGO

- Consommateurs :**
- Notoriété : 99% (cible femme<sup>(1)</sup>) et 90% (cible homme et femme moins de 50 ans)<sup>(2)</sup>.
  - Incitation à l'achat : 76%<sup>(3)</sup>.
- Distributeurs :**
- Le logo permet d'augmenter le CA des produits de façon significative : 86%<sup>(4)</sup>.
  - Référentiel plus volontiers un produit porteur du logo : 69%<sup>(4)</sup>.

**CANDIDATEZ DÈS MAINTENANT POUR 2016 :**



Votre dossier est disponible sur : [www.produitsdelannee.com](http://www.produitsdelannee.com)  
 Pour en savoir plus :  
 Contacter Sandra Allenet  
 01.46.04.76.76  
[s.allenet@produitsdelannee.com](mailto:s.allenet@produitsdelannee.com)

→ À suivre : Handy-Bag...

\*\*Étude réalisée en ligne sur une présélection de produits nouveaux de marques nationales vendus en France. Étude administrée par Nielsen en octobre 2014 avec 10 000 répondants effectifs, représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus. [www.produitsdelannee.com](http://www.produitsdelannee.com)  
 (1) Source : [www.produitsdelannee.com](http://www.produitsdelannee.com) en mai 2014 / (2) Étude Ipsos en ligne réalisée en juillet 2014 (16-75 ans) / (3) Étude en ligne réalisée par Nielsen en octobre 2014 (15-85 ans) / (4) Étude téléphonique réalisée par Nielsen en avril 2011.