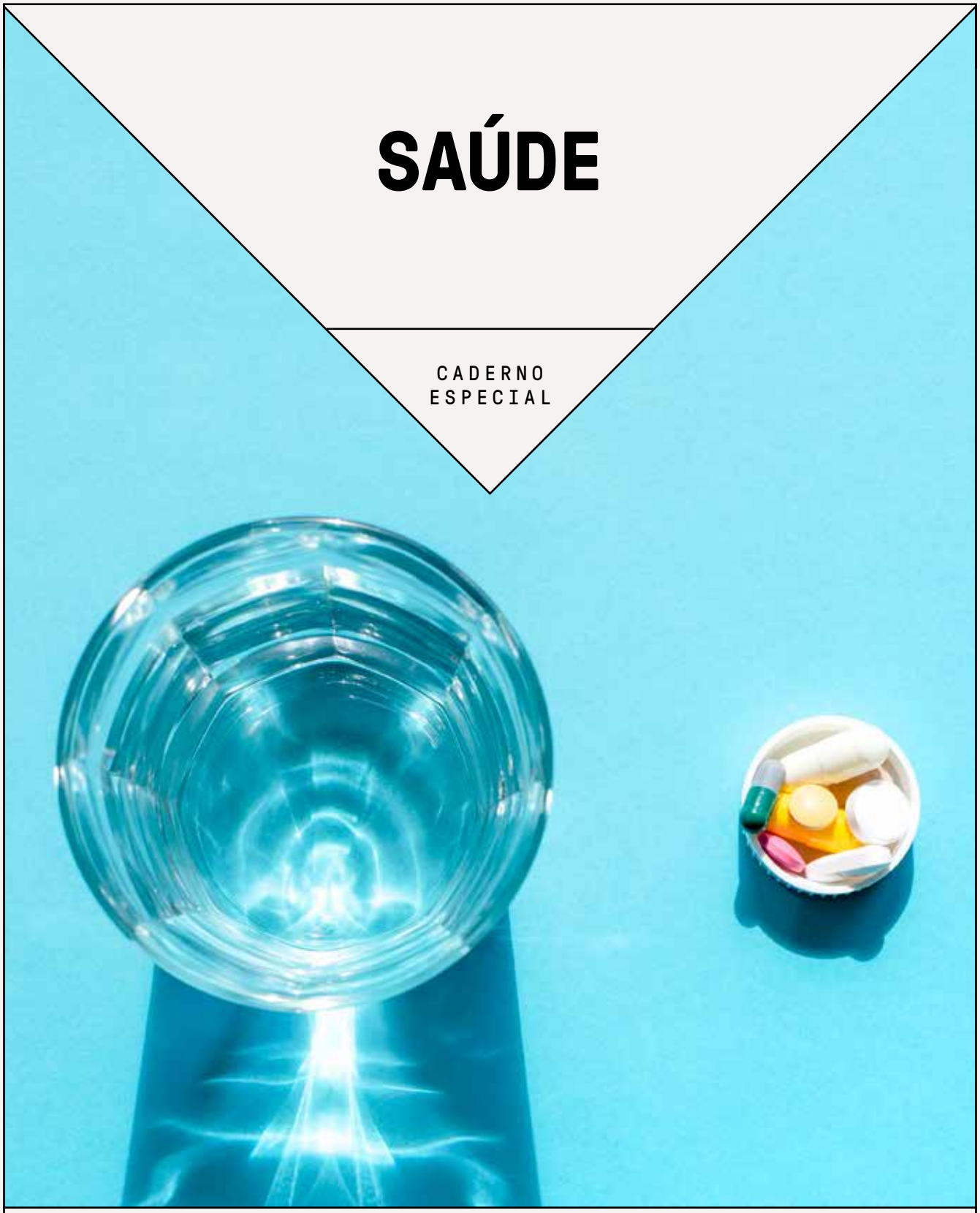
SAÚDE

CADERNO
ESPECIAL



PATROCINADORES

AZEVEDOS

CATÓLICA
FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS
LISBOA

ELGYDIUM

ISCSP
INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E POLÍTICAS
UNIVERSIDADE DE LISBOA

A IMPORTÂNCIA DO autocuidado

Texto
DANIEL ALMEIDA

Fotografia
PAULO ALEXANDRINO

A literacia em saúde é um tema cada vez mais em voga na indústria farmacêutica e será um ponto-chave para aliviar a pressão no Serviço Nacional de Saúde (SNS) nos próximos anos

Nos últimos anos, a literacia em saúde tem vindo a aumentar em Portugal. Esta é uma tendência latente no sector, sobretudo desde o início da pandemia de Covid-19, uma vez que os portugueses, de um modo geral, estão mais preocupados e atentos à sua saúde e procuram activamente obter informações que os ajudem a melhorar o seu bem-estar. As empresas farmacêuticas, por outro lado, têm vindo a dar resposta e a envidar esforços na realização de campanhas e acções de literacia que são difundidas em canais como o ponto de venda (farmácia) e o digital (recorrendo a plataformas como as redes sociais e websites, mas também a novos formatos, como podcasts).

O tema deu o mote ao mais recente pequeno-almoço debate do sector das farmacêuticas, promovido pela Marketeer. De acordo com os participantes, a literacia em saúde assume mesmo uma importância instrumental para a sustentabilidade do Sistema Nacional de Saúde (SNS). Como?

Numa altura em que o SNS está sob pressão, capacitar as pessoas para que estas possam tomar decisões informadas e sustentadas sobre a sua própria saúde – o chamado autocuidado – poderá evitar muitas deslocações desnecessárias aos hospitais e centros de saúde.

Com efeito, um estudo promovido por uma empresa farmacêutica conclui que a prevenção na saúde pode contribuir para poupar cerca de 1/5 dos custos totais do Sistema Nacional de Saúde, em termos de hospitalizações e de acesso aos centros de saúde. Além de que um melhor autocuidado pode gerar mais 72 mil milhões de dias de vida até 2030. «Se a pessoa estiver mais informada sobre as opções de autocuidado, se calhar vai à farmácia pedir um conselho em vez de ir directamente às urgências do hospital», sublinham os responsáveis presentes no debate organizado pela Marketeer.

Luísa Silva (Sanofi), Manuel Barros (Generis), Rui Rijo Ferreira (Jaba Recordati), Sónia Ratinho (Laboratórios Azevedos) e Vera Grilo (Medinfar) foram os participantes no mais recente pequeno-almoço debate do sector das farmacêuticas, que decorreu no hotel Vila Galé Ópera, em Lisboa.

O EMPODERAMENTO DA FARMÁCIA

No que diz respeito ao tema do autocuidado, há dois players do ecossistema da saúde que devem ser os principais motores do aumento da literacia da população. «A indústria [farmacêutica] tem claramente um papel, até porque os consumidores procuram cada vez mais informação no canal digital e aí a indústria deve até "regular" aquilo que é comunicado na área da saúde, no sentido de transmitir uma informação credível e combater a contra-informação que existe. O outro pilar é a farmácia, que tem profissionais de saúde que estão perfeitamente capacitados para responder, não a todas as questões, mas a muitas delas», frisam os responsáveis.

Manuel Barros (Generis)
e **Sónia Ratinho**
(Laboratórios Azevedos)

Porém, pedem que sejam dados avanços ao nível da regulamentação no mercado nacional, uma vez que consideram existir barreiras legais que são «obstáculos à comunicação» dos produtos farmacêuticos, inclusive dos OTC (over-the-counter, ou medicamentos de venda livre). Enquanto existe maior liberdade para comunicar a doença em si, a dificuldade está em comunicar as soluções terapêuticas para essa doença. «Mas podemos, cada vez mais, promover a literacia em saúde em canais de grande alcance, como as redes sociais, onde também é possível passar informação credível e actual através de profissionais de saúde activos nas redes e de digital opinion leaders (DOL)», explicam.

Já pelo lado positivo, lembram que têm sido dados alguns passos no sentido de melhorar o acesso ao medicamento e à farmácia, aliviando assim um pouco do stress para o SNS. Recentemente, o Governo aprovou, em Conselho de Ministros, o diploma que estabelece que os utentes do SNS vão passar a ter acesso aos medicamentos prescritos em hospital nas farmácias. Além de que estas vão passar a fazer a renovação automática da medicação para doentes crónicos prescrita pelo SNS.

As novas regras «dão um empoderamento muito maior às farmácias», o que, com o estado actual do SNS, «é fundamental para dar resposta» aos doentes. A farmácia está a ser novamente posta "à prova" em termos de mudança de paradigma. Mas será que vai conseguir ter um papel mais activo? «As farmácias vivem um momento óptimo para que isso aconteça. Deram os primeiros passos na pandemia», explanam os responsáveis.

SNS: QUE OUTRAS SOLUÇÕES?

As notícias sobre a crise do SNS têm sido constantes, em particular ao longo dos últimos meses, com as sucessivas greves dos médicos e enfermeiros, encerramentos de maternidades e urgências, rupturas de medicamentos e a escassez de médicos a fazerem manchetes. Para os responsáveis do sector ouvidos pela Marketeer, apesar de todas as notícias que dão a ideia de que o SNS está «de rastos», Portugal tem «um dos melhores sistemas de saúde» da Europa. «Se compararmos com países como a Irlanda ou o Reino Unido, temos um SNS substancialmente melhor, mais equitativo e abrangente, onde temos acesso a tudo. Noutros países, não há essa cobertura», salientam os participantes.

O que está em causa, argumentam, é a má gestão que tem sido feita do SNS, particularmente no que diz respeito aos recursos humanos. «O que falta ao Sistema Nacional de Saúde é uma gestão eficiente. A gestão dos recursos humanos tem de ser optimizada, porque se não houver esses recursos, o sistema não pode funcionar», reforçam. «Por que é que temos de ir buscar 300 médicos a Cuba?», questionam, de forma retórica.

O principal problema da reestruturação do SNS, pelo menos ao nível de recursos humanos e da gestão das equipas, é mesmo a inércia na tomada de decisão, apontam. Recentemente, para dar resposta à falta de recursos humanos nos serviços de urgência de muitos hospitais do SNS, foi lançada uma proposta para a criação da especialidade de Medicina de Urgência, mas a mesma foi chumbada pela Assembleia de Representantes da Ordem dos Médicos. «Era uma proposta que se calhar vinha colmatar a falta de obstetras, cardiologistas e um conjunto de outras especialidades nas urgências. E se calhar permitia reduzir também os períodos de espera para as consultas», referem os responsáveis.

Os mesmos entraves estão na base da formação de médicos em Portugal. Além da longa duração dos cursos – são precisos vários anos para que os alunos possam concluir a especialidade

LICENCIATURAS MESTRADOS DOUTORAMENTOS **PÓS-GRADUAÇÕES**

INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E POLÍTICAS
UNIVERSIDADE DE LISBOA

A ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS E POLÍTICAS DA UNIVERSIDADE DE LISBOA

ISCSP.ULISBOA.PT

PÓS-GRADUAÇÃO

SERVIÇO SOCIAL EM SAÚDE, INTERVENÇÃO E INOVAÇÃO

5.ª EDIÇÃO 2023/24

DA INTERVENÇÃO À CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO

Participação de Assistentes Sociais inseridos no meio hospitalar.

CANDIDATURAS:
01 de março até 17 de setembro de 2023

Coordenação Científica:
Professora Doutora
Maria Irene Carvalho

SAIBA MAIS

Exige o teu melhor

▲ **Vera Grilo** (Medinfar), **Rui Rijo Ferreira** (Recordati) e **Luísa Silva** (Sanofi)

–, as faculdades de Medicina são escassas e as médias de acesso, por consequência, muito elevadas.

E a oferta curricular não deverá mudar substancialmente nos próximos anos. Recentemente, duas propostas para a criação de mestrados integrados em Medicina foram chumbadas pela Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior. «Os lobbies são tantos, as pressões são tantas, que nada anda para a frente», lamentam.

PERSPECTIVAS DE CRESCIMENTO

Quanto a perspectivas para o mercado farmacêutico este ano, são «bastante positivas». Se o ano de 2022 já tinha ficado «muito acima das expectativas» e superado inclusive os números de 2019 (pré-pandemia), 2023 tem sido ainda melhor para a indústria, com alguns players a preverem não só cumprir os objectivos traçados no início do ano, mas a ficar «substancialmente acima» dessas previsões.

E as estimativas são corroboradas pelos dados do mercado: no acumulado dos primeiros seis meses do ano, o mercado farmacêutico cresceu 6,3% face ao ano passado, um crescimento «significativo, tendo em conta que 2022 já foi um bom ano». O aumento é transversal a todas as áreas terapêuticas – com destaque para as classes de antidepressivos, ansiolíticos, estabilizadores de humor e diabetes (com o aparecimento dos genéricos) – mas menos significativo em áreas como os suplementos e os medicamentos de venda livre. Além de factores como a inflação e a redução do poder de compra, o menor fulgor desta última categoria explica-se sobretudo pelo crescimento mais tímido dos produtos de Inverno (cough & cold) – como antitússicos ou descongestionantes nasais – que tiveram uma quebra significativa durante o período da pandemia, em que as pessoas estavam confinadas em casa, e ainda não recuperaram totalmente ao nível de vendas.

Já os medicamentos genéricos cresceram 18% no período em análise, muito alavancado pela queda de patente de alguns medicamentos, que levou a um crescimento súbito da quota de mercado (de 70% ou 80%) nalgumas áreas terapêuticas, como a diabetes.

Que razões explicam o crescimento do mercado farmacêutico? Nesta fase pós-pandemia, as pessoas estão, de um modo geral, mais preocupadas com a prevenção da saúde e a ir mais às farmácias. «Hoje, prestam mais atenção à saúde do que ao que prestavam antes da pandemia», constatam os responsáveis. Esta é a única alteração face ao passado recente, uma vez que outros factores já eram conhecidos, como o envelhecimento da população ou a melhoria do acesso aos medicamentos.

Não obstante a boa performance do sector, já se notam alguns sinais de abrandamento nos meses mais recentes, uma tendência que deverá persistir na segunda metade do ano. Esse abrandamento é mais evidente no mercado OTC, que apresentou nos meses recentes uma evolução negativa em volume de vendas (unidades), apesar de continuar a crescer em valor («há um diferencial de quase sete pontos entre valor e volume»). «É uma nota de que a segunda metade do ano pode trazer um abrandamento face aos últimos tempos» e, aqui, o preço é um ponto sensível.

Apesar de tudo, os números do primeiro semestre foram muito bons e os responsáveis do sector até esperavam que a desaceleração, que encaram como normal, tivesse «chegado mais cedo». Certo é que 2023 será um ano "saudável" para a indústria farmacêutica.

CATÓLICA
FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE PÓS-GRADUAÇÃO E FORMAÇÃO AVANÇADA

LISBOA

PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO EM SAÚDE PÚBLICA

B-LEARNING

Curso ímpar em Portugal

Para incrementar literacia e numeracia em saúde, promover o bem estar e prevenir riscos, uma comunicação eficaz deve basear-se na evidência.
Desenvolva competências para aplicar técnicas, instrumentos e estratégias de comunicação em contexto profissional.

5.ª EDIÇÃO

INÍCIO A 2 DE NOVEMBRO DE 2023
150 horas (blended learning)

Horário:
5.ªs feiras - 18h30 às 21h30 (online)
Sábados - 10h00 às 13h00 (presencial)

www.fch.lisboa.ucp.pt/epgfa/pg-comunicacao-em-saude

Informações e candidaturas

COMO EVITAR OS ENJOOS NAS **viagens?**

Leonor Marcolino, Category manager

O enjoo do movimento é um problema que afecta muitos portugueses. Vomidrine previne e alivia os enjoos, tornando as viagens mais agradáveis e tranquilas. Para os mais novos, os Laboratórios Azevedos lançaram Vomikids, um produto natural

Os Laboratórios Azevedos estão presentes na vida dos portugueses há mais de dois séculos. Foram responsáveis pela produção do primeiro medicamento em Portugal e mantêm na sua génese o mesmo propósito inicial: continuar a produzir e a comercializar medicamentos de qualidade e confiança, cobrindo as mais diversas áreas do universo da Saúde. Os Laboratórios Azevedos exportam, à data, para os cinco continentes e possuem uma unidade industrial, sediada em Portugal, que é um verdadeiro estado de arte no sector farmacêutico.

Uma das suas marcas de maior notoriedade é Vomidrine. Conversámos com Leonor Marcolino, Category manager nos Laboratórios Azevedos e responsável pela marca.

Em que consiste Vomidrine e qual a sua composição?
Antes de mais, partilhar que Vomidrine é líder na sua categoria, facto que muito nos orgulha e entusiasma para fazer mais e melhor a cada dia, sendo também a marca com mais notoriedade e, consequentemente, mais pedida nas farmácias e parafarmácias. Cada comprimido de Vomidrine contém 50 mg de dimenidrinato, uma substância activa com propriedades anti-histamínicas, antieméticas e antivertiginosas.

Vomidrine é um medicamento de venda livre usado na prevenção e alívio de náuseas, vómitos e enjoo provocados pelo movimento – tão frequentes nas viagens por via marítima, aérea ou terrestre.

A que target se destina? E como se caracteriza o cliente-tipo?
Vomidrine é o companheiro de viagem de todos os que sofrem de enjoo do movimento (cinetose) – adultos e crianças a partir dos dois anos – tornando assim as viagens mais fáceis e agradáveis.

Qual a incidência do enjoo do movimento junto da população portuguesa? E quais os factores de risco?
O enjoo do movimento é uma condição bastante comum na população portuguesa. Num estudo realizado em Portugal, em 2021, pelos Laboratórios Azevedos, apurámos que cerca de 72% das mulheres e 52% dos homens sofrem de enjoo do movimento. O carro é o meio de transporte em que o enjoo mais ocorre, seguido do barco e do comboio.

Segundo o mesmo estudo, uma em cada três crianças enjoa ao viajar, com maior prevalência nas idades compreendidas entre os seis e os nove anos.

Qual a eficácia comprovada de Vomidrine no combate ao enjoo do movimento?
O princípio activo de Vomidrine tem propriedades anti-histamínicas, antieméticas e antivertiginosas, pelo que possui

notável efeito sedativo, sendo útil para reduzir vómitos e náuseas, tornando assim as viagens mais fáceis e agradáveis, quer seja uma viagem de família em férias, quer seja uma viagem individual de trabalho, em que tantas vezes estamos ao computador quando nos deslocamos, por exemplo, de comboio.

Como é composta a gama Vomidrine?
A gama Vomidrine tem três apresentações: Vomidrine, em caixas de 10 e 20 comprimidos, que devem ser tomados cerca de 30 minutos antes de viajar, para adultos e crianças a partir dos dois anos; e ainda Vomidrine Direct, comprimidos sublinguais para adultos e crianças a partir dos 12 anos, com a vantagem de não ser necessária água para os tomar.

Recentemente, os Laboratórios Azevedos lançaram o suplemento alimentar Vomikids. Quais as características desta novidade? E que lacuna vem preencher no mercado?
Quisemos acompanhar a tendência de mercado para a procura de soluções naturais e não medicamentosas, apresentando, desta forma, Vomikids chupa-chupas com sabor agradável a laranja e sem açúcares.

Vomikids é um suplemento alimentar com gengibre e hortelã-pimenta, para adultos e crianças que sofrem de enjoo do movimento. Um formato divertido e prático que pretende dar resposta ao que os pais procuram, uma solução natural para tornar as viagens mais tranquilas.

Como têm vindo a promover a marca Vomidrine no mercado português?
Temos fortes investimentos em campanhas de media pela altura do Verão e Páscoa, pico das viagens e férias dos portugueses, quer na TV, quer nos meios digitais. Aliado a isso, temos materiais de ponto de venda que destacam e dão visibilidade aos nossos produtos nos pontos de venda durante todo o ano. Relativamente à marca Vomikids, estamos também na rádio pela voz do Vasco Palmeirim.

De acordo com o estudo da marca, 60% dos consumidores que sofrem de enjoo do movimento não consome produtos desta categoria. Como se explicam estes dados? Pela falta de conhecimento?
Os principais motivos são, efectivamente, o desconhecimento que existe uma solução credível e efectiva e a falta de aconselhamento. O nosso esforço na divulgação de Vomidrine foca-se em dar a conhecer a condição e, também, que existe Vomidrine – o seu companheiro de viagem –, disponível em farmácias e parafarmácias de todo o País. Em acréscimo, direccionamos as nossas campanhas de digital para www.grupoazevedos.com, onde abordamos o enjoo do movimento e todas as suas especificidades.

Que desafios de comunicação identificaram, nomeadamente em relação à novidade Vomikids?

DICAS PARA PREVENIR OS ENJOOS

Se costuma sofrer de enjoo do movimento, siga algumas das seguintes recomendações para melhorar o seu bem-estar em movimento:

- Olhar para o horizonte;
- Manter a cabeça e o corpo tão quietos quanto possível;
- Sentar-se numa posição inclinada e olhar sempre em frente;
- Não ler;
- Dormir;
- Respirar ar fresco;
- Não tomar bebidas alcoólicas;
- Se possível, não fumar.

O Vomikids tem como propósito tornar as viagens mais tranquilas, particularmente em família e amigos. Apresenta uma estratégia de comunicação distinta e adaptada ao seu target, uma vez que é um suplemento alimentar. Vomikids é para os pais e crianças, a partir dos 6 anos, que procuram uma solução prática natural e sem açúcares para o enjoo do movimento. O modo de utilização de Vomikids é de um chupa-chupa, 30 minutos antes da viagem e um durante a viagem.

Por norma, esta altura de férias representa a peak season desta categoria. Quais os resultados de Vomidrine neste Verão até ao momento? E que previsões até ao final do ano?
Vomidrine é, de facto, muito sazonal e estamos precisamente nos meses de pico de vendas, como refere. Neste momento, todos os meses de 2023, sem excepção, estão a superar os meses de 2022 com um crescimento sólido e robusto de dois dígitos. Vomidrine é líder de mercado, mas, talvez mais importante, é a marca mais reconhecida pelos consumidores e profissionais de saúde em Portugal e o Verão, para nós e para quem prefere e escolhe Vomidrine, ainda agora começou…

Somos parte da História da Farmácia

SOMOS **MAIS DE 500 PESSOAS EM PORTUGAL E NO MUNDO,** DEDICADAS E COM UM ÚNICO PROPÓSITO: FAZER CHEGAR ATÉ SI MEDICAMENTOS E PRODUTOS DE SAÚDE DE QUALIDADE.

Juntos vamos continuar a fazer história.

AZEVEDOS

A produzir medicamentos em Portugal desde 1775.

Laboratórios Azevedos – Indústria Farmacêutica, S.A. Estrada da Quinta, 148,
Manique de Baixo, 2645-436 Alcabideche NIF: 507474287 | www.grupoazevedos.com | 2303PAPDGEN004

DE PEQUENINO SE CUIDA do dentinho

Sabia que, apesar de haver uma melhoria na prevalência da cárie dentária nas crianças e jovens, esta doença pode ser evitada? A marca especialista Elgydium explica como

À semelhança dos cuidados que é preciso ter com a alimentação saudável, a higiene corporal e as horas de sono, também a rotina na higiene oral do bebé e da criança é fundamental para criar hábitos saudáveis. Quem o garante é a marca de higiene oral Elgydium, dos Laboratórios Pierre Fabre, que partilha um conjunto de dicas e rotinas para manter sempre um sorriso saudável, desde tenra idade, e que tem vindo a trabalhar para garantir uma melhoria da higiene oral dos portugueses.

QUANDO SE COMEÇA A ESCOVAR OS DENTES?

Esta é uma pergunta recorrente que surge nos consultórios dentários, no pediatra ou na farmácia. Muito antes da erupção do primeiro dente do bebé, é fundamental humedecer uma compressa e limpar bem a língua, bochechas e gengiva do bebé para remover os restos de leite que ali ficam depositados.

A erupção dos primeiros dentes – que, por norma, acontece entre os seis e os oito meses, podendo haver excepções – causa desconforto ao bebé, provocando um aumento do fluxo salivar e, por vezes, um certo mau hálito. A camomila e a alteia, presentes no Pansoral Primeiros Dentes, ajudam a suavizar e acalmar a gengiva do bebé que está sensível e, por vezes, até inflamada. A escovagem deverá ser iniciada assim que erupciona o primeiro dente, utilizando uma escova de dentes suave e adequada ao tamanho da boca do bebé, como a escova Elgydium Baby.

COMO ESCOLHER O DENTÍFRICO CORRECTO?

A protecção dos primeiros dentes das crianças contra a cárie dentária é fundamental para assegurar dentes saudáveis durante toda a vida. A iniciação de bons hábitos de higiene oral e a utilização de produtos adaptados contribuirão para essa protecção.

Os dentífricos dos bebés e crianças deverão ter flúor na sua composição, uma vez que este ajuda a remineralizar o esmalte, tornando os dentes mais resistentes aos ataques ácidos, que provocam a cárie dentária. Nas gamas Elgydium Kids e Júnior há três concentrações possíveis de flúor (500, 1000 e 1400 ppm, ou seja, partes por milhão), podendo ser indicadas a partir do primeiro dente do bebé – no Programa Nacional de Promoção da Saúde Oral indica-se entre 1000 a 1500 ppm de flúor.

O flúor presente nos dentífricos Elgydium é o fluorinol (fluoridrato de nicometanol), um flúor orgânico que tem uma adesão até seis vezes superior a um flúor mineral, promovendo uma maior remineralização dos dentes, deixando-os mais protegidos. Também presente nos dentífricos Elgydium Kids e Elgydium Júnior está o siliglicol, um agente que forma um filme protector, prolongando a acção do fluorinol.

A quantidade de dentífrico que se coloca na escova de dentes corresponde ao tamanho da unha do dedo mindinho do bebé ou criança, ou seja, um bago de arroz até aos três anos e um grão de ervilha dos três aos seis anos.

De acordo com a Elgydium, a escovagem deve ser feita pela própria criança, devidamente supervisionada e auxiliada, caso não possua destreza manual suficiente, pelo menos duas vezes por dia, uma das quais obrigatoriamente ao deitar, utilizando uma escova macia, de tamanho adequado.

Para reforçar o esmalte dos dentes, a implementação do colutório Elgydium Júnior com fluorinol e siliglicol, em crianças a partir dos seis/sete anos – altura em que começam a surgir os primeiros molares definitivos –, permite reforçar o esmalte dos dentes nesta fase importante de transição entre a dentição de leite e a definitiva. A marca aconselha a utilização deste elixir duas vezes por dia.

VAMOS CRIAR UMA ROTINA DIVERTIDA!

Pensado sobretudo para as crianças que arranjam todas as desculpas para não escovar os dentes, o Elgydium Timer vai ajudá-las a escovar durante mais tempo. É um dentífrico incolor, com 1000 ppm de fluorinol e sabor a frutos silvestres, indicado a partir dos três anos, e que muda de cor ao longo da escovagem devido às microcápsulas que contêm um colorante que se vai libertando ao longo da escovagem.

Completamente inovador e pensado para melhorar a técnica de escovagem, há ainda o Elgydium Revelador de Placa Bacteriana, um dentífrico de utilização pontual – duas vezes por semana, de preferência à noite – que contém 1000 ppm de fluorinol, siliglicol, assim como um agente colorante que ajuda

a visualizar a placa bacteriana, pintando de verde os resíduos de placa bacteriana nas superfícies dentárias que não foram bem escovadas. É um dentífrico educativo, didáctico, com sabor a maçã fresca, indicado a partir dos seis/sete anos, que ajuda as crianças e os pais a avaliar a eficácia da escovagem.

O bebé, a criança e o jovem deverão ter uma correcta higiene oral diária, pelo menos duas vezes por dia. Muito importante: não esquecer de escovar bem os dentes antes de ir dormir!

De resto, a marca da Pierre Fabre tem vindo a desenvolver acções de pedagogia nas escolas portuguesas para contribuir para a educação sobre a higiene oral das crianças.

E OS ADULTOS, QUE CUIDADOS DEVEM TER?

Além de promover a higiene oral das crianças e jovens, através da inovação e de acções de literacia em saúde, a Elgydium tem vindo a sensibilizar também os adultos para a necessidade de adopção de uma rotina saudável, partilhando um conjunto de dicas que não devem ser descuradas. Desde logo, a importância de utilizar diariamente produtos complementares, começando sempre com o fio dentário, lavando os dentes com a escova e o dentrífico, e terminando com o uso de um colutório.

Estas rotinas podem e devem ser adaptadas para combater problemas específicos relacionados com a saúde oral ou de acordo com as necessidades de cada indivíduo. Por exemplo, para quem sente um mau sabor na boca, pretende disfarçar o hálito a tabaco, quer eliminar os maus odores da cavidade oral, ou tem refluxo gastroesofágico e a boca amarga, a marca aconselha uma rotina diária que garante um hálito fresco. Esta rotina envolve, em primeiro lugar, a utilização de um raspador de língua, para remover a placa bacteriana do dorso da língua. Após a aplicação de um dentrífico adequado, é também aconselhável bochechar com um colutório, como o Eludril Breath, duas vezes por dia, para neutralizar os compostos sulfurados voláteis responsáveis pelo mau odor.

Para as pessoas que precisam de protecção extra das gengivas, a marca recomenda o dentífrico Elgydium Proteção Gengivas ou, para uma protecção mais completa, Elgydium Placa Bacteriana & Gengivas, sempre acompanhado do uso de um fio dentário e de uma escova suave, como a Elgydium Clinic Sensitive. Já para quem sofre de sensibilidade dentária, disponibiliza o gel dentífrico Elgydium Dentes Sensíveis, com baixo índice de abrasividade e com fluorinol para remineralizar, reforçar e proteger os dentes.

Para os mais preocupados com a sustentabilidade, a gama Bio é uma das principais apostas da Elgydium, sendo composta por dentríficos orgânicos e outros produtos feitos com materiais sustentáveis, que permitem uma redução de 49% do plástico, de 69% das emissões de CO_2 e de 85% da água utilizada. Com uma embalagem ecoconcebida para um menor impacto ambiental, os dentríficos Elgydium Bio contêm mais de 99% de ingredientes de origem natural e certificação Bio. Estão disponíveis nas variedades Gengivas, Branqueamento e Dentes Sensíveis.

Neste segmento, destacam-se inovações que permitem uma rotina simultaneamente saudável e amiga do ambiente. Falamos de produtos como o fio dentário Elgydium Eco, em poliéster 100% reciclado a partir de garrafas de plástico; a escova Elgydium Style com cabo em plástico 100% reciclado, cerdas suaves de origem natural e uma embalagem eco-responsável; e a escova Elgydium Eco, 100% em madeira com certificação FSC, sem plástico, fornecida numa embalagem 100% em cartão.

A marca garante assim a cada pessoa, qualquer que seja a sua necessidade ou preocupação, uma oferta completa para cuidar dos seus dentes e da sua boca, para que tenha um bom motivo para sorrir.

ENSINE A ESCOVAR OS DENTES com um **PROGRAMA EDUCATIVO**

ELGYDIUM
DENTÍFRICO EDUCATIVO **TIMER**

MUDA DE COR PASSADO 2 MINUTOS

ELGYDIUM
DENTÍFRICO EDUCATIVO **REVELADOR DE PLACA**

DÁ COR À PLACA BACTERIANA

A ROTINA DE ESCOVAGEM COM A NOSSA **GAMA EDUCATIVA**

Pierre Fabre ORAL CARE

Pierre Fabre Dermo-Cosmétique Portugal, Lda.
Rua Rodrigo da Fonseca, 178 - 5º andar 1070-243 Lisboa

elgydium_portugal
www.pierrefabre-oralcare.pt

Assine já!

Assine a **MARKETEER** e receba um Topicrem Ultra-Hidratante Corpo Cintilante

49,90€*

TOPICREM ULTRA-HIDRATANTE CORPO CINTILANTE
É UM CUIDADO CORPORAL QUE NUTRE, PROTEGE A BARREIRA CUTÂNEA E HIDRATA DURANTE 24H, ENQUANTO ILUMINA E REALÇA A PELE, GRAÇAS AO SEU BRILHO CINTILANTE. INDICADO PARA TODOS OS TIPOS DE PELE, MESMO A MAIS SENSÍVEL (PVP: 20,40€)

* Campanha limitada ao stock existente e válida para Continente e Ilhas. O produto será enviado após boa cobrança do Pack Assinatura Marketeer. Poderá consultar outras campanhas em vigor em assinaturas.multipublicacoes.pt. Venda limitada até ao máximo de 2 assinaturas por cliente. Para mais informações contacte-nos: 210 123 400 ou email assinaturas@multipublicacoes.pt.