

Pojďme se podívat na jeden z nejnudnějších produktů orální hygieny jinými očima. Zubní pasta má konečně sex-appeal.

něco na zub

text JOSEF ŠLAICH



1 Zubní pasta Biocare, **SWISSDENT**, 490 Kč 2 Zubní pasta Une Piscine à Antibes s lékořicí, **LEBON**, 499 Kč 3 Zubní pasta Sweet & Sour Rhubarb, **MARVIS**, 199 Kč 4 Zubní pasta s kardamomem a hřebíčkem, **AÉSOP**, 290 Kč 5 Zubní pasta se zázvorem, **BULY 1803**, 20 € 6 Zubní pasta s posilujícím hydroxyapatitem, **APA BEAUTY**, 699 Kč

S

tředeční podvečer. Pomalu procházím rušnou Lexington Street v londýnské čtvrti Soho. Po pozdním obědě ve vyhlášené čínské restauraci Yauatcha, kde jsem spořádal množství knedlíčků dim sum odpovídající mé váze, si nutně potřebuju udělat radost v butiku australské značky Aesop.

Na první pohled by se mohlo zdát, že jsem přišel obdivovat jeho rafinovaně nebdalou architekturu, jak civím na podlahu z neopracované borovice, na zašpiněnou bílou omítku a smaltované ocelové police s robustními černými šrouby podle návrhu francouzského studia Ciqüe. Vypadá to fakt úchvatně, ale mé kroky směřují k umyvadlu, nad kterým se majestátně tyčí řada zubních past v aluminiovém lékárenském obalu mentolové barvy. Odcházím s tou, co by v přepočtu stála asi tři stovky. First world problem.

Mátová nuda

Ach, svět beauty! Máme tady podzimní parfémové novinky. Nekonečné množství vonných složek, kombinací a jejich vzrušující obaly. A co váš oblíbený krém na obličej? S příchodem chladnějších měsíců jistě přejdete z nadýchaných chladivých gelů k výživnějším texturám připomínajícím našlehané máslo. ASMR zážitek, o řadě nových kolekcí rtěnek kultovních značek ani nemluvě. Ze všech těch barev a finišů by se jednomu zatočila hlava, zubní pasta je proti nim přitažlivá asi jako návštěva zubaře. Tuba s fotkou zářivě bílého chrupu, mátová nebo extra mátová příchut' a maximálně přídavek v podobě bělicích účinků. Chci víc. A nejsem v tom sám.

Stejně se museli cítit zakladatelé značky Lebon, když s výhledem na Středozemní moře a jen co by kamenem dohodil od okouzlujícího Monaka a festivalového Can-

nes, přišli v lednu 2014 s řadou organických zubních past ve zlatém obalu. „Všechno vypadalo stejně. Bílá tuba s červeným pruhem a obrázkem zubů. Když jsem se podívala na složení, málem mi spadla čelist. Sulfáty, fluoridy, barviva, syntetická sladidla, oxid titaničitý a podobně. Tehdy jsem si řekla, že to musím změnit,“ vysvětluje Stephanie, spoluzakladatelka Lebon, zatímco pijeme lahodné café au lait v srdci Grasse. Vzdych je prosycen vůní z nedalekých růžových polí, ale něco mi říká, že kromě toho cítím Sweet Extravagance ze Stephaniina dechu. Kdyby vás tato pasta obohacená o kombinaci plátků růží a pomerančových květů náhodou nezaujala, na výběr máte z dalších osmi příchutí, několik z nich je inspirováno francouzskými destinacemi jako Pampelonne, Antibes a Cap Ferrat.

Poslední průzkum agentury Markets and Markets očekává, že globální trh s produkty dentální hygieny by měl do roku 2025 dosáhnout hodnoty 53,5 miliardy dolarů. Hodnota evropského trhu by přitom podle statistik agentury Mordor Intelligence mohla výšplhat až na 19,5 miliardy dolarů. Takový vývoj nahrává výrobcům do karet: „Trh s kosmetikou je přesycený, takže značky logicky hledají hluchá místa a oblasti na trhu, které vyžadují inovaci,“ říká expertka Jenni Middleton z londýnské prognostické agentury WGSN.

Luxusní značky se snaží, abychom zuby začali vnímat jako módní doplněk. Od megawattového peroxidově bílého úsměvu se sice pomalu upouští, ale zdravé zuby z vrcholu jen tak nic nesmete. „Poptávku po kosmetické stomatologii zvýšila mimo jiné i popularita Instagramu. Uživatelé jsou za dokonalý úsměv ochotni utratit statisíce a pak si také pochopitelně rádi připlatí za zubní péči, která jim ho v perfektní formě udrží co nejdéle,“ dodává Dustin L. Cohen, přední stomatolog z Beverly Hills.

Zubní pasta je (zase) cool

Valná většina luxusních zubních past neobsahuje fluorid, tedy minerál, který podle odborníků udržuje zuby silné, ale podle konspiračních teorií slouží jako prostředek k otupění mozku a snížení samostatnosti. Old school pasty Marvis spatřily světlo světa

v roce 1950 a již tehdy rozčeřily stojaté vody trhu dosud nevídanými obaly připomínajícími tuby s olejovými barvami a příchutěmi jako jasmín, skořice a lékořice. Letos tato florentská značka rozšiřuje portfolio o dvě limitované edice – příchut' hříšně dobrých třešní v čokoládě a jemnou rebarboru.

Na sexy insta-friendly obal sází také konkurence. Pasty značky Buly 1803 s hadím motivem by mohli klidně prodávat v butiku Gucci vedle pantoflí s kožíškem a kabelky GG Marmont. Složení je obohaceno o termální vodu z vesničky Castéra-Verduzan. Jestliže jsou pasty těchto značek jako rozmarňá dandy, tak švýcarská zubní pasta Swissdent Biocare s obsahem kyseliny hyaluronové a extraktem z pupečníku asijského je omlazující wellness terapií pro ústní dutinu.

Minimalisty potěší řada Apa Beauty, kterou naformuloval proslulý newyorský dentista Michael Apa. Najdete v ní nejen gel na dásně s výtažkem z okurky, citronu a mechu a lesk na rty s modrými krystaly, které dělají zuby opticky bělejšími, ale i pastu obsahující místo klasického fluoridu hydroxyapatit. Ten remineralizuje zubní sklovinu, chrání před vznikem kazu a posiluje zuby zevnitř. Jeho zázračných účinků využívá taktéž japonský import Apadent a Apagard. Možná ze mě fluorid po letech používání konvenčních zubních past ještě nevyprchal, ale stačí, když na něco dáte japonské znaky, a jsem ztracen. Zkuste to taky, je to dobré.●

Vogue atd.

Po vzoru Marie Kondo si na umyvadle ponechte pouze věci, které vám dělají radost. Jestli se vám při pohledu na současný zubní kartáček křiví ústa, kupte takový, který bude esteticky doplňovat vaši novou zubní pastu.