

“La innovación se da la mano con la naturaleza en un nuevo concepto de lujo sostenible”

PILAR PÉREZ,

DIRECTORA DE FORMACIÓN DE LABORATOIRE NATIVE

El grupo cosmético francés Laboratoire Native nació tras la adquisición por parte del holding Impala de las marcas Lierac, Phyto, Jowaé y Roger&Gallet, con el objetivo de posicionarse como grupo líder en su ámbito; marcas, veteranas en el mercado la mayoría, que tienen en común el desarrollo de formulaciones basadas en moléculas naturales. Dentro de su estrategia de posicionamiento, la firma apuesta con rotundidad por el canal farmacia. Su directora de Formación, Pilar Pérez, nos habla de las acciones dirigidas al canal en este primer año de andadura de Laboratoire Native, y repasamos con ella las necesidades de la piel que generan mayor demanda de soluciones y de los principios activos más efectivos en cada caso.

Mónica Daluz



Pilar Pérez, directora de Formación de Laboratoire Native.



La planta *Equisetum arvense*, más conocida como cola de caballo, ha sido relacionada en diversos estudios con la estimulación de la producción de colágeno; ello es debido a su alto contenido en sales de sílice, un mineral imprescindible en el proceso de formación de tejido conectivo.

¿Qué elementos podría decirse que han marcado un punto inflexión en la industria cosmética en los últimos años y han supuesto un salto cualitativo en la efectividad de los productos?

El foco de la investigación en la dermofarmacia de nuestros días se centra en buscar el máximo equilibrio entre la cosmetividad y la eficacia respetando el medio, es decir, apostando por la sostenibilidad del planeta.

Las firmas más exclusivas se suman a la cosmética eco y sostenible, también Laboratorios Native, no solo con nuevas fórmulas a base de moléculas naturales, sino también en el packaging y en los valores que hay detrás de cada producto. La innovación se da la mano con la naturaleza en un nuevo concepto de lujo sostenible.

Específicamente, ¿qué nuevos principios activos y tecnologías constituyen hoy un mayor avance y en qué ámbitos de la dermoestética se están aplicando?

La diversidad de principios activos del mercado cosmético actual es inmensa y resulta complejo establecer el ranking de los más demandados, aun así, voy a intentarlo. Diría que actualmente y según las necesidades de la piel podríamos agrupar los ingredientes activos más utilizados en tres grandes categorías: antioxidantes, particularmente la vitamina C, que protege a las células contra los efectos

de los radicales libres ayudando a mantener la juventud de la piel además de contrarrestar la aparición de manchas y aportar luminosidad; los renovadores, entre los que destaca el retinol por sus múltiples propiedades: atenúa las manchas, reduce los primeros signos de envejecimiento, unifica el tono, suaviza la apariencia de los poros y regula la producción de grasa. Eso sí, su uso requiere de cierta adaptación para que no produzca irritación ni otros efectos indeseados; lo más recomendable es comenzar por concentraciones bajas e ir aumentando a medida que la piel se acostumbre. Y como tercera gran categoría citaríá los humectantes, cuyo activo por excelencia es el ácido hialurónico. Se encuentra de forma natural en diferentes tejidos y órganos de nuestro cuerpo y tiene una alta capacidad para atraer el agua y retenerla, todo ello lo hace muy popular entre las pieles que necesitan una dosis extra de hidratación. Además es apto para todas las pieles, incluso las más sensibles.

Todas las marcas del Grupo tienen en común formulaciones producidas a partir de activos vegetales; de todas ellas, ¿es Lierac la que incorpora tecnologías más avanzadas por estar focalizada en problemas concretos de la piel?

Cada una de nuestras marcas cuenta con una tecnología única e innovadora y específicamente en Lierac trabaja-

mos con nuestro propio laboratorio de investigación desde hace más de 45 años desarrollando principios activos únicos y exclusivos para el cuidado de la piel en general y de manera especial para combatir los signos del envejecimiento cutáneo.

Si repasamos las necesidades más demandadas, combatir las arrugas se situaría en entre las primeras. ¿Cómo logran las formulaciones actuales reducir este signo de envejecimiento, qué mecanismos biológicos tienen lugar? ¿Qué desarrollos destacaría de los que se están llevando a cabo en sus laboratorios?

Existen diferentes tipos de arrugas, arrugas mecánicas asociadas al movimiento de nuestro rostro, finas y superficiales líneas de expresión que surgen en el contorno de los ojos o alrededor de la boca, pero según avanzamos en edad además de esas arrugas mecánicas comenzamos a observar arrugas instaladas, líneas de vida que detonan el paso del tiempo en nuestro rostro y que están provocadas por cambios en la unión dermoepidérmica y pérdida de proteínas esenciales de la dermis como la elastina y el colágeno.

De ahí que los activos cosméticos más utilizados para corregir las arrugas más profundas estén centrados en relanzar la síntesis de dichas proteínas de sostén. En Laboratorios Lierac utilizamos el complejo patentado Hyalu 3, tres tipos de ácido hialurónico destinados a aumentar la concentración de ácido hialurónico en las 3 capas de la piel, y Bakuchiol, que relanza la síntesis de colágeno recuperando la firmeza de la piel y que constituye el ingrediente principal de nuestra gama Cica Filler, inspirada en la cicatrización tisular.

¿Y las estrías?, donde se ha producido una rotura de la piel ¿es posible repararla en alguna medida?

Las estrías son atrofas cutáneas muy visibles por el adelgazamiento y hundimiento localizado de la epidermis y por el color diferenciado violáceo, rosado o nacarado que pueden presentar. Estas lesiones atróficas lineales o en bandas se presentan en áreas de grandes pliegues cutáneos y están provocadas por cambios dérmicos derivados de la pérdida funcional de la actividad de los fibroblastos y la alteración de la elastina y el colágeno.

Dada la etiología de las estrías, no basta con hidratar la piel. Ésta debe adquirir unas propiedades de elasticidad suficientes para resistir el factor mecánico que supone el estiramiento que acompaña a ciertos estados fisiológicos, especialmente en el embarazo.

En Laboratorios Lierac hemos utilizado Alchemilla, hiedra y cola de caballo en la formulación de nuestro producto reparador de estrías, Phytolastil.

Laboratoire Native focaliza la distribución de sus marcas en el canal farmacia. ¿Puede hacer una valoración de esta colaboración y explicar futuras acciones o proyectos dirigidos a este canal?

En Laboratoire Native nos centramos en tres áreas diferentes para apoyar a la farmacia:

Ofrecemos un plan de marketing anual dinámico, con diferentes promociones y lanzamientos, que incluye una inversión importante en publicidad y comunicación para generar tráfico a la farmacia. Además, disponemos de un personal específico con el que ayudar al punto de venta





a fidelizar a sus clientas y captar nuevas consumidoras, lo que llamamos generar sell-out. También reforzamos el valor del canal farmacéutico a través de una formación constante para que nuestros clientes sean verdaderos expertos a la hora de recomendar nuestros tratamientos. Y por último citaríamos nuestra labor en el ámbito de la digitalización, ofreciendo todos los apoyos necesarios para potenciar el ecommerce de la propia farmacia y así captar al consumidor online, cada vez más potente. Además, contamos con un servicio pick&pay para redirigir al consumidor a nuestras farmacias: puede reservar los tratamientos desde nuestra web y los adquiere en la farmacia seleccionada.

“La investigación en dermofarmacia se centra en hallar el máximo equilibrio entre la cosmeticidad y la eficacia respetando el medio”

¿Cuál es vuestro target para las distintas marcas y cuáles son vuestros principales mercados?

Laboratorios Native nace en septiembre de 2020 de la unión entre la marca Roger&Gallet y Alès Groupe –con las marcas Lierac, Phyto y Jowaé–, con un objetivo claro: fortalecer nuestra posición de liderazgo como grupo cosmético mundial en los próximos 15 años. Europa, y en concreto países como Francia, Italia, Grecia, Portugal o España, constituyen nuestros principales mercados.

Por lo que respecta a nuestro público objetivo en relación a las diferentes marcas del Grupo, contamos con Roger&Gallet, en el mercado desde 1862, compuesta por fragancias, jabones e higiene corporal perfumada y dirigida a un consumidor que desea mantener su sello olfativo desde la higiene hasta la pulverización de su fragancia; o Phyto, especializada en el cuidado capilar a base de plantas y extractos vegetales desde 1969. Por su parte, Laboratoires Lierac, nacida en 1975, ofrece cuidado dermocosmético de vanguardia a través de soluciones específicas para la piel de la mujer en cada una de las etapas de su vida. Y Jowaé, la benjamina (2017), que propone un cuidado natural de la piel derivado de la investigación franco-asiática y va dirigida a un perfil de público que busca la naturalidad como base de los tratamientos cosméticos. ■