

“Ofrecemos productos de calidad y damos las máximas herramientas posibles a nuestros prescriptores”

ESTE AÑO ES SIN DUDA UN AÑO IMPORTANTE PARA CAUDALIE. CELEBRAN SU 20 ANIVERSARIO. 20 AÑOS OFRECIENDO PRODUCTOS DE ALTÍSIMA CALIDAD, A BASE DE ACTIVOS NATURALES Y RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE. HABLAMOS CON ANTONIO GRIS, DIRECTOR GENERAL DE CAUDALIE ESPAÑA SOBRE EL CIERRE DE ESTE AÑO, SOBRE LAS EXPECTATIVAS DE CARA A 2016 Y SOBRE LAS NOVEDADES DE LA MARCA.

Caudalie deja atrás el año con muy buenos resultados en todos los sentidos. Son un referente en el mercado español, han puesto en marcha numerosas acciones a lo largo del año y han presentado varias novedades. Le preguntamos al director general de la marca cómo valoraría el año 2015 y lo primero que reflejan sus palabras es que están muy satisfechos de cómo van a cerrarlo no sólo a nivel de resultados. “Nos hemos esforzado en mejorar nuestras fórmulas y en ofrecer nuevos productos buscando de nuevo una eficacia científica mediante alianzas de primer nivel como puede ser la que tenemos actualmente con la Universidad Médica de Harvard sin olvidar la vertiente natural y el glamour”. Por otro lado han puesto en marcha fuertes campañas de imagen y comunicación para dar a conocer la marca y sus productos. “Hemos creado y puesto a disposición de las Farmacias Caudalie una serie de acciones para formar a los equipos y dinamizar el sell-out. No vemos la venta como un objetivo sino como la consecuencia de las

acciones. Es por ello que estamos ya preparando un año 2016 muy activo”, asegura.

Con el 2015 casi cerrado ahora los objetivos se centran en el 2016. Para Caudalie “el objetivo principal para el año 2016 es seguir en este crecimiento pero de una manera más cualitativa que cuantitativa. Seguir ofreciendo nuevos productos fruto del trabajo de nuestro departamento de I+D+I con nuestra fundadora Mathilde Thomas a la cabeza que está constantemente buscando cómo satisfacer a la consumidora actual”. En lo que respecta a España la apuesta es fuerte como filial. “Seguir apostando por importantes campañas de imagen y comunicación”.

Le pedimos al director general que concrete un poco más cuáles son sus objetivos a corto plazo y comenta que son principalmente cualitativos. “Queremos ser una marca que aporte un valor diferencial a la consumidora. En España, se sigue la misma estrategia que a nivel internacional que es ganar notoriedad de marca y fidelizar a la consumidora ofreciendo productos de gran calidad”, comenta. Caudalie España es la cuarta filial europea en cuanto a

cifra de negocios se refiere detrás de Francia, Italia y Alemania. “Estamos muy satisfechos y agradecidos de la acogida de nuestra marca ya que en los últimos años hemos alcanzado e incluso superado nuestros objetivos marcados”. Seguirán apostando por los productos emblemáticos de la firma y reforzando los pilares de la firma que son natural, eficacia y glamour. Caudalie es de las pocas firmas de cosmética francesa 100% familiar e independiente. Nació del amor y pasión por la naturaleza y los viñedos de sus fundadores, Mathilde y Bertrand





Antonio Gris

Thomas, y a día de hoy siguen siendo estos los motores emocionales. *“Queremos ser fieles a ello a través de nuestros productos o nuestros Spas siguiendo una filosofía comprometida con la naturaleza y el medio ambiente y participando en programas como el 1% for the Planet, en el que las empresas que participan donan un 1% de su facturación a acciones medioambientales de todo el planeta. Adquiriendo compromisos con nuestras fieles consumidoras como con nuestro sello 0% de parabenos, fenoxietanol, ftalatos, lauril sulfato de sodio, aceites minerales o ingredientes de origen animal”.*

Caudalie en la farmacia

Actualmente, la marca está presente en el 6% de las farmacias de España. Respecto a ello Gris señala que es *“evidente nuestra intención de ser una marca con un valor diferencial”.*

Le preguntamos por cuáles son las ventajas que ofrece Caudalie a los farmacéuticos que tengan la marca en su botica. *“La ventaja para el farmacéutico es que ofrecemos productos de calidad y damos las máximas herramientas posibles a nuestros prescriptores, como puede ser la formación de los equipos o la organización de eventos para consumidoras en las farmacias”.*

Tiendas que ofrecen una experiencia sensorial

Caudalie tiene tiendas propias en Europa, Asia y América que ofrecen una experiencia sensorial a los clientes. Retoman los valores de la firma y son pequeños oasis de placer y bienestar en medio de la ciudad. Todas disponen de un mostrador que llaman “bar belleza” con forma de barrica, que invita a las clientas a descubrir y probar todos los productos, sus texturas, aromas solas o con el asesoramiento personalizado de las vinoterapeutas Caudalie. Además, se les ofrece la oportunidad de crear y personalizar alguno de los productos emblemáticos de la firma como exfoliante Crushed Cabernet. *“La mayoría de las tiendas disponen también de su propia cabina para que los clientes puedan probar los maravillosos tratamientos que se realizan en los distintos spas Caudalie de todo el mundo. En definitiva, un laboratorio donde experimentar acciones antes de ponerlas en marcha en las farmacias”,* comenta Gris.

En nuestro país poseen una tienda en el Corte Inglés de Portal del Ángel de Barcelona que sigue los códigos emblemáticos del primer

Spa Vinothérapie® de todo el mundo patentado por Caudalie “Les Sources de Caudalie” y de las bodegas Château Smith Haut Lafitte en Burdeos y que ayuda a reforzar la notoriedad de la marca. Además el Director General confirma que de cara al año que viene abrirán, una tienda a pie de calle.

Sus patentes

La marca posee varias patentes y se ha convertido en una absoluta referencia en el mercado. Por ejemplo, el Resveratrol de sarmientos de Vid es considerada la molécula del siglo XXI. Destaca que es una revolución antiedad que intensifica de forma natural la firmeza y la juventud de la piel. De hecho la Universidad de Harvard lo considera el regenerador celular más potente en la actualidad. Caudalie es la primera marca cosmética en descubrir, concentrar y estabilizar los poderes antienviejimiento excepcionales del Resveratrol procedente del sarmiento de vid.

También recalca los Polifenoles de pepitas de uva, que según comenta Gris *“son los antioxidantes más potentes del mundo vegetal y maravillosos protectores de juventud. Estudios independientes le otorgan un poder antioxidante 10.000 veces más potente que la Vitamina E”.* Y finalmente la Viniferina de savia de vid es la molécula natural más eficaz contra las manchas y actúa sobre la luminosidad del cutis con la propiedad de que es no fotosensibilizante. De ella aseguran que es 62 veces más potente que la vitamina C.

Novedades

El empeño de la marca por seguir investigando para ofrecer siempre productos innovadores y de la más alta calidad se refleja en las novedades que presenta Caudalie cada año. Gris se muestra especialmente contento con el que el clasifica como el *lanzamiento del año*, la gama Resveratrol Lift. *“Incluye como principio activo la patente fruto de la colaboración entre Caudalie y la Universidad Médica de Harvard: la asociación y estabilización del resveratrol de vid con ácidos hialurónicos micro”.*

También han ampliado una de sus gamas estrellas como es Vinoperfect, con el lanzamiento de dos Fluidos Piel Perfecta FPS20 con color que corrige las imperfecciones al mismo tiempo que unifica el tono de la piel. Presentaron también una colección de Mascarillas Piel Nueva, inspirada en los tratamientos de sus spa Vinothérapie®,... *“Como en todo, va a gustos, pero hay una serie de productos emblemáticos, cuyas fórmulas se mantienen sin cambios en algunos casos y se mejoran y se modernizan constantemente en otros, a medida que la investigación avanza: el Agua de Belleza, inspirada en el elixir de juventud*

de la Reina Isabel de Hungría, este tratamiento alisa los rasgos, cierra los poros y proporciona un resplandor intenso al cutis; el Sérum resplandor Vinoperfect, N°1 de los antimanchas en farmacias; el Exfoliante Crushed Cabernet, tratamiento profesional del Spa Vinothérapie®, este exfoliante con pepitas de uva y 6 aceites esenciales deja la piel suave, tersa y sedosa; el

Aceite Divino, un aceite seco embellecedor para rostro, cuerpo y cabello, que se funde con la piel y embriaga los sentidos, Premier Cru la crema para Ojos, el antiedad global que ilumina y embellece al mismo tiempo que trata y corrige esta zona tan delicada del rostro, ...”

Antonio Gris adelanta que de cara al 2016 habrá bastantes novedades, y además de que tienen la intención de continuar y reforzar su compromiso ECO tanto en colaboraciones con proyectos como 1% for the Planet, como en sus rutinas de belleza diarias. +

“QUEREMOS SER UNA MARCA QUE APORTE UN VALOR DIFERENCIAL A LA CONSUMIDORA”