

PHILIPPE CASARA, COUNTRY MANAGER DE CAUDALIE SPAIN

“Nuestro objetivo es ser la marca natural de belleza más eficaz y más eco-responsable”

LA EVOLUCIÓN DE CAUDALIE EN ESPAÑA EN ESTOS ÚLTIMOS AÑOS HA SIDO MUY POSITIVA, PASANDO A CONVERTIRSE EN UNA DE LAS MARCAS DE REFERENCIA EN EL MERCADO DE DERMOCOSMÉTICA.



*¿Cómo ha cambiado su empresa desde que nació IM Farmacias?*

Caudalie ha crecido mucho en estos 11 años, convirtiéndose en una de las marcas líderes del mercado de dermocosmética en España y en el mundo. Caudalie ha pasado de una distribución muy reducida en España, a tener hoy 2.000 puntos de venta y ser una referencia en antiedad y antimanchas, pero conservando su misión original: los productos de belleza deben ser a la vez eficaces, naturales y glamurosos, y sin dañar el medio ambiente. Las farmacias nos han acompañado en este desarrollo, dando a la marca una exposición fantástica y una calidad de consejo al consumidor muy alta.

Con este crecimiento, la empresa se ha organizado para poder dar el mejor servicio, y en este último año hemos abierto por ejemplo nuestro centro de operaciones de Gidy (Francia) donde se ha automatizado la logística, mejorado las instalaciones informáticas y de administración de ventas, y, por supuesto, instalado nuestros laboratorios de investigación y desarrollo de fórmulas naturales.

En estos años, Caudalie ha conseguido asentar cinco productos culto en el mercado, que lideran cada uno su categoría: Agua de Belleza, Sérum Resplandor Antimanchas Vinoperfect, Sérum SOS Desalterante, Crema Cachemir Redensificante Resveratrol Lift y Premier Cru La Crema para Ojos. Estos cinco productos describen muy bien lo que es Caudalie: eficacia, glamour y naturalidad.

*¿Qué expectativas de futuro tienen?*

El futuro es brillante para Caudalie, con el objetivo de ser la marca natural de belleza más eficaz y más eco-responsable, liderando esta revolución. Caudalie aportará innovación al mercado en estos próximos años para continuar su crecimiento. Desarrollamos patentes propias utilizando ingredientes claves altamente eficaces con el fin de diferenciarnos y adaptarnos a la necesidad del cliente.

El consumidor es el centro de nuestra estrategia, y la omnicanalidad es una realidad de hoy que será clave en el futuro para nuestro desarrollo. Centrando nuestra estrategia en el canal de la farmacia, buscamos soluciones para proponer experiencias al consumidor. Organizamos en España más de 2.000 eventos de belleza en farmacias cada año en cuales queremos mejorar todavía más la experiencia cliente. La apertura este año de nuestra primera Boutique-SPA en España, en el Barrio Salamanca de Madrid, o el SPA Caudalie del hotel Marqués de Riscal en La Rioja responden también a esta necesidad. Nuestra presencia digital crece cada año, y es otra vía de comunicación, captación y fidelización

de nuestros fans.

La sociedad se acerca cada día más a los valores que siempre ha tenido Caudalie, por eso nuestra marca está tan solicitada y querida. +

“EL CONSUMIDOR ES EL CENTRO DE NUESTRA ESTRATEGIA, Y LA OMNICALIDAD SERÁ CLAVE EN EL FUTURO PARA NUESTRO DESARROLLO”