

JOSÉ ANTONIO GARRIDO, DIRECTOR DE LABORATORIOS DERMATOLÓGICOS DUCRAY, A-DERMA Y PIERRE FABRE DERMATOLOGÍA

“La innovación es fundamental, es uno de los valores demandados por los consumidores”

LO QUE MÁS VALORA EL CONSUMIDOR DE DUCRAY, A-DERMA Y PIERRE FABRE DERMATOLOGÍA ES LA RECOMENDACIÓN DE LOS PROFESIONALES DE LA SALUD, LA EFICACIA Y LA SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS PIERRE FABRE. CUALQUIERA DE ELLOS ES PRESCRITO, AVALADO Y SUMINISTRADO POR PERSONAL FORMADO EN EL CONOCIMIENTO DE LOS MISMOS, APORTANDO TAMBIÉN LA GARANTÍA NECESARIA.

Pierre Fabre apuesta por el canal farmacéutico en la distribución de sus productos. **José Antonio Garrido**, director de Laboratorios Dermatológicos Ducray, A-derma y Pierre Fabre Dermatología, destaca que *“la innovación es fundamental, es uno de los valores demandados por los consumidores”*.

En ese sentido, tanto el mercado como el consumidor *“necesitan nuevos productos”*. En Ducray; es lo que llaman *“innovación dermatológica, basada en la escucha activa de las necesidades de los pacientes”*. Es el resultado de una doble experiencia de cuidados de la piel y los cabellos, concebidos para contribuir al bienestar de los consumidores, y para aportar los cuidados que cambian su día a día. A-derma, pionera en la dermatología vegetal y formulada a base de Avena Rheelba, una avena pura, dermatológica y orgánica, *“continúa investigando para ofrecer a las pieles reactivas los productos más adaptados”*. 50 estudios realizados con más de 20.000 personas la han convertido en una referencia ineludible para cuidar y proteger las pieles frágiles, una referencia para todas las familias, porque todos, en un momento u otro de nuestras vidas, tendremos la piel frágil. Ambas marcas establecen con los consumidores *“una estrecha relación de confianza”*.

En palabras de Garrido, 2017 fue un año *“fructífero”* en lanzamientos en las tres marcas de las que él es responsable. Entre otros, Ducray presentó Dexyane, como la primera gama dermatológica que trata y limita la reaparición de las lesiones de tres tipos de eczemas. Fruto de siete años de investigación, Dexyane MeD es el único producto



José Antonio Garrido

sanitario de Ducray con efecto *“apósito”*, que ha demostrado un nivel de tolerancia en las lesiones de eczema, solo o en asociación con los tratamientos dermo-corticoides. A-Derma presentó Physac, gama específica de las pieles frágiles con tendencia acnéica. Por su parte, Dexeryl, de Pierre Fabre Dermatología, especialista en pieles secas y atópicas, amplió su gama con la incorporación de la higiene adaptada, Dexeryl crema lavante. *“Ducray se aproxima a las necesidades de los pacientes y consumidores”*, asegura Garrido. Por ello, acaba de presentar la nueva gama Hidrosis Control, ideal para regular y controlar la transpiración excesiva en las axilas, manos y pies. *“Los consumidores buscan en la farmacia productos que hasta hace poco tiempo eran exclusividad de otros canales de distribución”*, considera. Ducray presentará próximamente Densiage, un programa de cuidado, indicado para la pérdida de densidad, cabellos finos, frágiles y quebradizos, seas cual sea el origen.



A-derma continúa la innovación. “Exomega fue el primer producto del mercado español, y específico, para cuidar a los pacientes que padecían dermatitis atópica”, indica. Acto seguido, subraya que, en 2018, A-derma ha presentado Exomega Control como la solución natural para las pieles secas con tendencia atópica y el primer cuidado emoliente natural anti-rascado que actúa sobre la micro-inflamación, agente responsable de la aparición y mantenimiento de los brotes en la dermatitis atópica. Afirmo que “Exomega Control representa una garantía de calidad, ya que el 95% de sus componentes son de origen natural”.

Interés por “lo natural”

La sociedad actual está viviendo un fuerte interés por llevar una vida saludable y esto hace que cada vez haya más personas que se interesen por “lo natural”. “No sólo se trata de una tendencia del mercado,

sino que el consumidor está adquiriendo conciencia. Busca información y acude a las farmacias para conseguir productos de calidad. Hay un fuerte vínculo entre el concepto de ‘farmacia’ y el concepto de ‘salud’ y ‘calidad’. Sin embargo, no es suficiente con que los productos sean naturales. El consumidor también exige que la industria aumente sus esfuerzos para utilizar prácticas de productividad más sostenibles, que permitan maximizar el valor de los recursos naturales. La industria cosmética, por su parte, debe ofrecer una garantía de la sostenibilidad de sus productos”, advierte Garrido. Asevera que Ducray, A-derma y el resto de marcas del grupo Pierre Fabre están comprometidas con el medio ambiente. Su enfoque social y medioambiental es cuidar el medio ambiente en el que vivimos, para preservar, tanto como sea posible, nuestra salud y nuestro bienestar.

Para Pierre Fabre, el canal farmacia es fundamental. De acuerdo con Garrido, “el consejo farmacéutico aporta valor añadido a los productos dermocosméticos y es uno de los activos más importantes para el desarrollo de este segmento

en la farmacia”. Sostiene que “la farmacia tiene que ser el referente en productos para el cuidado de la salud de los pacientes y consumidores”. El consumidor valora de la farmacia especialmente la confianza que le genera, la calidad de su servicio y su proximidad. Concluye que, “sin el canal farmacia, no se entendería Pierre Fabre”. +



Cada una, un posicionamiento diferente

¿Cuál es la posición de las marcas de las que es responsable en el mercado de la dermatología y de la cosmética? José Antonio Garrido responde que, aunque Ducray, A-derma y Pierre Fabre Dermatología tienen un perfil dermatológico, su posicionamiento es completamente diferente. Alega lo siguiente: “Ducray es la marca del dermatólogo en la farmacia. Igualmente, la marca del consejo farmacéutico y la marca de compra espontánea del consumidor que, conocedor de la eficacia de Ducray, lo ha convertido en un indispensable en el cuidado del día a día. A-derma, como pionera en la dermatología vegetal, protege y cuida de todas las pieles frágiles. Es la única marca del mercado español con un principio activo natural y vegetal. Pierre Fabre Dermatología trata las afecciones más frecuentes de la piel, acné, micosis, psoriasis, alopecia y recientemente se ha convertido en el referente del tratamiento de los hemangiomas infantiles con el lanzamiento de Hemangiol”.

La línea estratégica de Pierre Fabre con estas tres marcas pasa por el desarrollo de productos dermatológicos, “que proporcionen soluciones eficaces a los problemas dermatológicos más frecuentes y que respondan a las necesidades de los consumidores”. Este desarrollo ha de estar estrechamente vinculado a una comunicación adecuada a la evolución digital que está acompañando a la sociedad. Así, el desarrollo del entorno digital forma parte de sus prioridades en los próximos años.