

FELIPE GAMARRA, DIRECTOR GENERAL DE ALÈS GROUPE ESPAÑA

# Con Jowaé “queremos ayudar a la farmacia a reclutar nuevos consumidores al canal”

ALÈS GROUPE ES UNA EMPRESA DE ORIGEN FRANCÉS FUNDADA EN EL AÑO 1969 QUE BASA SU ACTIVIDAD EN CREAR, PRODUCIR Y COMERCIALIZAR, A NIVEL MUNDIAL, TRATAMIENTOS DERMOCOSMÉTICOS Y CAPILARES.



Felipe Gamarra

En 2005 se creó Alès Groupe España que se encarga de la distribución de las marcas Phyto y Lierac en farmacias y parafarmacias de nuestro país. Recientemente han incorporado la marca Jowaé formulada especialmente para proteger la piel de las agresiones cotidianas y de restablecer su equilibrio vital. Para nuestro especial dermofarmacia no podíamos dejar pasar la ocasión de conversar con **Felipe Gamarra**, Director General de Alès Groupe España desde enero de 2018.

Lo primero por lo que preguntamos es por los resultados de 2017. El Director General nos asegura que ha sido un buen año. Han cumplido con los objetivos de crecimiento para ambas marcas, Lierac y Phyto. “Estamos contentos con los resultados, pero somos conscientes que se ha ralentizado el crecimiento de las ventas de cosmética del canal frente a otros canales que han recuperado el crecimiento como el selectivo. Desde 2010 la farmacia es un canal que ha multiplicado por dos su facturación en cosmética y ahora entramos en una fase de madurez en la que tenemos que seguir buscando nuevas formas de impulsar el crecimiento de las ventas”.

Este año no podía empezar de mejor manera: con el lanzamiento de una nueva marca. “Para nosotros 2018 es un año muy importante. Lanzamos una nueva marca al mercado de la farmacia, se trata de una marca de dermocosmética natural Franco-Coreana: “Jowaé”. ¿Cuál es el objetivo a conseguir con ella? “Con este lanzamiento queremos ayudar a la farmacia a reclutar nuevos consumidores al canal. A través de esta marca queremos cubrir un segmento que a día de hoy no está cubierto y acercar la farmacia a un público más joven, acostumbrado a comprar en otros canales”, asegura. No se olvida de los objetivos de Lierac y Phyto de los que comenta que es un año importante de asentamiento en el mercado español.

## Tres marcas en el mercado español

Con la incorporación de Jowaé son tres las marcas que distribuye Alès Groupe en nuestro país: Lierac, Phyto y Jowaé. Lierac es una marca selectiva fundada por un doctor especializado en medicina estética. Ofrece tratamientos extraídos de lo mejor de la ciencia y la naturaleza para dar una respuesta a cada desorden cutáneo relacionado con el paso del tiempo.

Phyto es una marca que se basa en la naturaleza para ofrecer una solución a todas las necesidades capilares con tratamientos que a la vez embellecen el cabello.

Y ahora en 2018, con Jowaé se adentran en el mundo natural y la tendencia cada vez más en auge de la cosmética coreana.

Innovación es sinónimo de Alès Groupe. Tal y como destaca Felipe Gamarra para la compañía innovar es *“una de las esencias de nuestro laboratorio, ya que tenemos que dar al consumidor la cosmética facial, corporal y capilar más avanzada. Nos debemos a ellos para ofrecerles lo último en investigación para aportar la mejor solución a sus necesidades”*. Un gran ejemplo de esta innovación constante es su último lanzamiento de Phyto: Phyto RE-30. Un revolucionario tratamiento anti-canas que repigmenta el cabello desde la raíz haciendo que vuelva a crecer con color, con una eficacia demostrada con estudios clínicos in vitro e in vivo. De él Gamarra asegura que están *“convencidos que estamos ante el principio del fin de una gran preocupación de muchos hombres y mujeres”*. Los lanzamientos no acaban en Jowaé y Phyto RE-30, recientemente han hecho otro gran lanzamiento con su marca Lierac; Supra Radiance, una nueva línea anti-edad enfocada en la renovación de la piel y su detoxificación. El director general nos adelanta además que habrá otro gran lanzamiento en el segundo semestre del que todavía no pueden desvelar nada.

## TOP ventas de Alès Groupe España

Le preguntamos el director general cuáles son las líneas más vendidas de la compañía en el mercado español. Destaca que la línea más vendida de Lierac es la gama Premium que *“representa a la perfección los valores de la marca y lo que puede desear una mujer ‘Lierac’*. En cuanto a Phyto, los tratamientos más vendidos están relacionados con la caída del cabello: en el top 1 se encuentra Phytophanère, *“un tratamiento histórico de la marca que se lanzó en 1980 siendo el primer Complemento alimenticio para cabello y uñas. Esperamos que el nuevo lanzamiento Phyto RE-30 se posicione rápidamente en el Top 5 y para Jowaé todavía es pronto decirlo ya que acabamos de lanzarla este mes, pero todo apunta al agua micelar”*.

### El valor de la farmacia

Preguntado por el valor que tiene el canal farmacia para Alès Groupe, Felipe Gamarra nos explica que ellos en España se deben a este canal. *“Sin el consejo del equipo de la farmacia no podríamos haber acercado nuestros tratamientos a tantos consumidores. Nuestras marcas dependen del valioso y fundamental consejo de la farmacia, por ello es muy importante que el equipo esté convencido de la eficacia de nuestros tratamientos. Además es un orgullo para nosotros poder contar con este consejo ya que se trata de un consejo ético y personalizado a los consumidores lo que aporta un gran valor a nuestras marcas”*, comenta.

¿Qué valor añadido ofrecen a los farmacéuticos? *“El primer aspecto más destacado que aportamos al farmacéutico con nuestras marcas*

*Phyto y Lierac es la posibilidad de reclutar nuevas consumidoras de otros canales y potenciar sus categorías de dermocosmética y capilar, permitiéndole aumentar sustancialmente su ticket medio de venta”*.

Otro aspecto que destaca el director general es la calidad y la galénica de los tratamientos que, junto con el consejo del farmacéutico, permiten *“seducir a sus clientas y fidelizarlas a su farmacia. Además, potenciamos esta fidelización a través de una tarjeta de fidelidad propia a cada marca y al punto de venta”*.

Para Alès Groupe, el aspecto más destacado que aportan a sus clientes es su equipo humano. *“Contamos con un equipo de profesionales al servicio de cada uno de nuestros clientes y que entienden a la perfección que el Sell Out de nuestras farmacias es el único indicador válido en una relación comercial larga y duradera. Cada una de nuestras acciones y cada uno de nuestros apoyos están enfocados a facilitar y potenciar las ventas de nuestras marcas”*, finaliza. +



*“Nuestras marcas dependen del valioso y fundamental consejo de la farmacia, por ello es muy importante que el equipo esté convencido de la eficacia de nuestros tratamientos”*