

ESTEFANÍA ZICHY, DIRECTORA DE MARKETING DE ALÈS GROUPE

Alès Groupe acerca a la farmacia a un público más joven



EL OBJETIVO DE ALÈS GROUPE CON JOWAÉ ES EL DE AYUDAR A LA FARMACIA A RECLUTAR NUEVOS CONSUMIDORES AL CANAL. PREMIUM LA CURA, DE LIERAC, Y RE-30, DE PHYTO, SON LOS LANZAMIENTOS RECIENTES MÁS IMPORTANTES DEL GRUPO.

Estefanía Zichy

Para la categoría de dermocosmética, 2018 fue un buen año. Cerró en crecimiento. *"Pero, somos conscientes de que este crecimiento se ha ralentizado frente a otros canales que se han recuperado como el selectivo"*, indica **Estefanía Zichy**, directora de Marketing de Alès Groupe. Desde 2010, la farmacia es un canal que ha multiplicado por dos su facturación en cosmética y

ahora se entra en una fase de madurez en la que se tienen que seguir buscando nuevas formas de impulsar el ascenso de las ventas. *"Para nuestro laboratorio, ha sido un buen año, ya que hemos cumplido nuestros objetivos de crecimiento y estamos contentos con los resultados. Ha sido además un año muy importante ya que hemos lanzamos una nueva marca al mercado de la farmacia, se trata*

de una marca de dermocosmética natural franco-coreana: Jowaé", afirma. El objetivo de Alès Groupe con este lanzamiento es el de ayudar a la farmacia a reclutar nuevos consumidores al canal. A través de Jowaé, pretende cubrir un segmento que a día de hoy no está cubierto y acercar a la farmacia a un público más joven, acostumbrado a comprar en otros canales.

Zichy considera que la población está cada vez más informada acerca de las necesidades de la piel y los factores que pueden agredirla y deteriorarla. Cree que los dermatólogos, farmacéuticos y las marcas han hecho grandes campañas de información acerca de la necesidad de proteger la piel frente a las agresiones externas y la importancia de cuidarla adecuadamente para evitar acelerar los efectos del paso del tiempo. *“Nuestra empresa intenta dar una formación al canal cada vez más técnica, ya que los farmacéuticos son la primera fuente de información del usuario en el punto de venta y su consejo ético es vital para la confianza del cliente al canal. Cuánto mejor esté formado el farmacéutico, mejor consejo dará al usuario”,* manifiesta. Con respecto a informar directamente al usuario, lo trabajan a través de las redes sociales, sus blogs y sus newsletters.

La última innovación

La directora de Marketing de Alès Groupe comenta que sus marcas apuestan siempre por la última innovación ya sea en tratamientos faciales, corporales o capilares. Un buen ejemplo de ello es su último lanzamiento RE-30, de Phyto, un tratamiento anticanales en el que han invertido más de seis años de investigación para conseguir revertir el proceso de la canicie, una auténtica revolución. *“Además, queremos dar mayor servicio a nuestros clientes ofreciéndoles apoyos diferenciales en el punto de venta y formaciones más técnicas y cualitativas sobre nuestros productos, pero también sobre la piel, el cabello y cuero cabelludo así como de técnicas de venta”,* especifica.

¿Cree que el mejor producto antienvjecimiento es una crema solar? ¿Cuál es su apuesta en esa dirección? ¿El futuro está en los protectores solares con anti-aging? Contesta que *“la protección solar es fundamental para evitar el envejecimiento de la piel y la aparición de manchas”*. Si esa protección también incluye activos anti-aging, opina que es perfecto para cuidar nuestra piel durante el periodo estival. Todos los tratamientos solares de Alès Groupe ofrecen una protección ultra-amplio espectro y llevan ácido hialurónico y activos hidratantes para cuidar al máximo la piel durante la exposición al sol.

“Es verdad que un tratamiento solar es fundamental para evitar el envejecimiento de la piel, y debemos incluirlo siempre en nuestra rutina diaria de cuidado de la piel, pero no podemos considerarlo como el mejor producto antiaging”, reflexiona. Un tratamiento solar protege la piel, pero hay que formular tratamientos sin filtros para que los activos penetren en profundidad para poder tener una acción antiaging potente. A veces, utilizar activos como algunos ácidos no es compatible con una exposición al sol.

Respecto a si podemos luchar contra el cronoenvejecimiento, Zichy recuerda que, desde hace siglos, el ser humano ha estado a la búsqueda de la fuente de la eterna juventud. *“El paso del tiempo es una realidad que debemos afrontar. No obstante, gracias a las últimas investigaciones científicas en torno al envejecimiento celular, cada vez se están desarrollando tratamientos y técnicas que consiguen que este deterioro ‘natural’ de nuestra piel se ralentice e, incluso, que nuestras células vuelvan a regenerarse más rápidamente”,* puntualiza. Por ende, conseguimos retrasar el envejecimiento de nuestra piel.

Para Lierac, justamente el lanzamiento reciente más importante ha sido un tratamiento revolucionario para luchar contra el envejecimiento cutáneo acelerado tras haber sufrido periodos de estrés importantes, algún shock emocional o incluso alguna enfermedad. Tras estos golpes emocionales, la piel se ve afectada repentinamente ya que sufrimos un agotamiento acelerado de las células madre y de las funciones celulares, lo que provoca que la piel pierda su materia, las arrugas se acentúen y que el tono se apague. Se trata de Premium La Cura, un

tratamiento inspirado en la medicina regenerativa de tejidos, gracias a una proteína (GDF-11) que invierte el proceso de maduración de las células para devolverles características y funciones de células jóvenes. Para Phyto, el citado RE-30. Con este tratamiento, se consigue revertir el proceso de la canicie y re-pigmentar el cabello desde la raíz recuperando nuestra producción de melanina natural. Todo esto es debido a la molécula RE-30 biomimética de la alfa-MSH que va a activar la pigmentación potenciando la síntesis de melanina y aumentando el traspaso de la melanina hacia la fibra. Asimismo, va a proteger de la futura despigmentación potenciando la catalasa e inhibiendo el peróxido de hidrógeno. Zichy hace hincapié en que es una auténtica revolución. A lo largo de este año; veremos novedades de Alès Groupe centradas en el antienvjecimiento, tratamientos de aplicación precisa, y nuevos tratamientos contra la caída capilar.

Con todo, lo fundamental es que el farmacéutico concencie al usuario de la importancia de una rutina diaria de limpieza y protección de la piel. Después de esto, que informe de la importancia de utilizar un tratamiento que sea adecuado a sus necesidades y que se adapte a su

tipo de piel. Es importante que se recomiende una rutina por la mañana y otra por la noche, ya que la piel responde de manera distinta al recibir un tratamiento por la mañana o por la noche.+



“Ha sido además un año muy importante ya que hemos lanzamos una nueva marca al mercado de la farmacia: Jowaé”