

Scienza, natura e bellezza

Nel 1965 monsieur Pierre Fabre decide di rilevare una piccola azienda cosmetica situata a Puteaux, poco fuori Parigi, e nota per i suoi saponi. È così che nasce il marchio Klorane, che comincia a realizzare linee cosmetiche divenute celebri, come lo shampo alla camomilla e lo struccante al fiordaliso. Intanto i Laboratoires Pierre Fabre, fondati qualche anno prima, iniziano a fare ricerca sui principi attivi vegetali a uso terapeutico. Denominatore comune delle due realtà rimarrà sempre il mondo vegetale, un punto di riferimento dai mille volti, che non ha mai cessato di svelare un potenziale sorprendente.

Di quello che sono oggi i Laboratoires Klorane, e del ruolo che ha in farmacia un marchio di cosmesi così caratterizzato, ci racconta Nicoletta Tognoni, direttore marketing Klorane e Galénic.

Tutto è cominciato da un farmacista, Pierre Fabre, che nel 1965 lanciò Klorane, la linea cosmetica con principi attivi vegetali. Dopo quarant'anni i suoi prodotti sono ancora sulla cresta dell'onda.

In effetti Klorane in tutti questi anni è rimasto ai primi posti tra i marchi venduti in farmacia, sia in Francia sia nel resto d'Europa. Questo perché ha saputo introdurre negli anni nuove linee in sintonia con i bisogni del consumatore e della farmacia, restando però sempre fedele ai principi e alla volontà del suo fondatore. Infatti Klorane è il primo marchio cosmetico ad aver basato i suoi prodotti su estratti vegetali titolati in principi attivi, seguendo le stesse metodologie che il Gruppo Pierre Fabre utilizza quando studia e produce farmaci.

Il mercato cosmetico oggi cresce in farmacia perché i prodotti sono trattati con la professionalità che meritano e i prezzi restano competitivi. Lo sa bene un marchio storico del settore, sulla breccia da oltre quarant'anni

DI ROBERTO GARBERO

Insomma, tra farmacia e cosmesi esiste uno stretto legame. L'ultima indagine Utifar ha rilevato che la cosmetica in farmacia è cresciuta in un anno del 7,4 per cento. Qual è secondo lei la motivazione?

Da anni parliamo dell'evoluzione dei consumatori e della loro consapevolezza sul valore dei prodotti che acquistano. La farmacia rappresenta il punto vendita più qualificato sia per il tipo di prodotti che vende sia per l'attività di consiglio che può fornire, fondamentale quando si acquista un cosmetico. Non dimentichiamo poi il fattore costo: la maggior parte dei cosmetici venduti in farmacia hanno prezzi coerenti con il loro livello di qualità ma comunque lontani da quelli "elitari" che spesso troviamo in profumeria. Penso quindi che il comparto cosmetico rappresenti per i farmacisti un'opportunità non da tutti sfruttata. Dove la farmacia si è strutturata con un buon assortimento e con adatte al reparto, i risultati di vendita sono assolutamente evidenti.

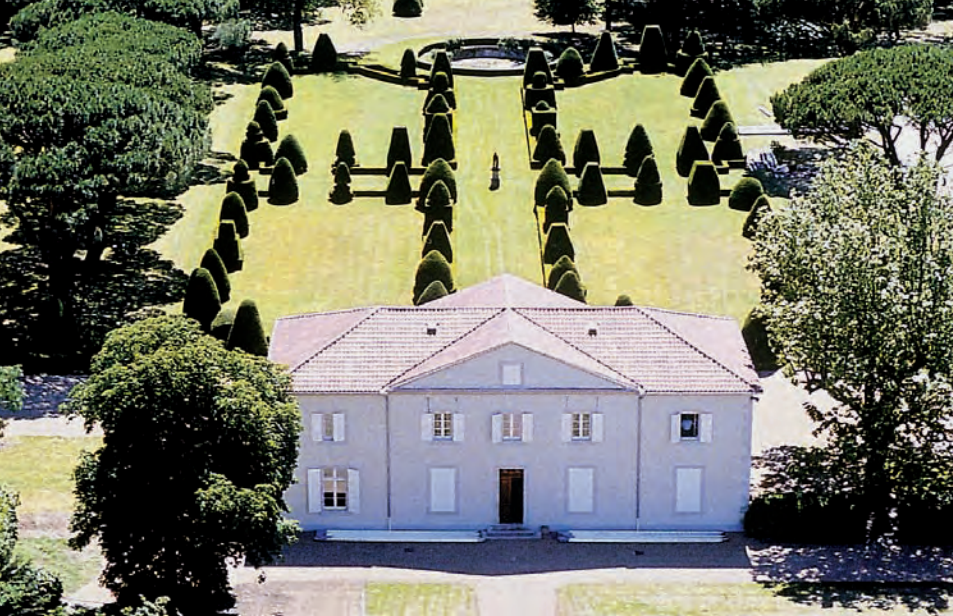
Nello stesso rapporto Utifar si dice poi che la paidocosmesi è cresciuta del 9,5 per cento, mentre i filtri solari del 13,6 per cento. Che cosa propone Klorane in queste classi merceologiche?

Tra le linee Klorane è presente Polysiane, una linea che coniuga filtri solari di assoluta sicurezza a una texture piacevole e a un profumo che evoca, appunto, isole lontane e il piacere di restare al sole; naturalmente in totale sicurezza.

Klorane Bébè è invece la linea dedicata ai più piccoli: in Italia è poco conosciuta, ma i suoi prodotti sono tra i più venduti oltralpe e apprezzati dalle mamme europee. È a base di estratto di calendula, che viene raccolta a mano per non rovinare i fiori, cosa che avverrebbe con una raccolta meccanica, e per consentire la corretta riproduzione della pianta.

Salvaguardare il patrimonio vegetale e valorizzarne il potenziale sono per Klorane due facce della stessa medaglia, una cosa implica l'altra. Questa scelta dà un vantaggio competitivo?

Per un marchio che ha fatto della naturalezza la sua bandiera, è normale che si sia sentito il bisogno di proteggere il patrimonio vegetale dalle insidie a cui è quotidianamente sottoposto. Per questo motivo monsieur Pierre Fabre ha voluto istituire, nel 1994 - quindi molti anni prima che i discorsi sulla salvaguardia ambientale fossero "di moda" -

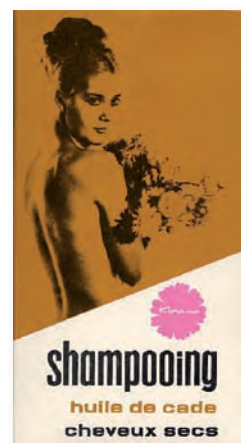


Una veduta del *Conservatoire botanique* di Brest. A lato, le confezioni di prodotti lanciati negli anni Sessanta e Settanta e il logo dell'Institut Klorane



Le iniziative didattiche e le campagne di sensibilizzazione sul tema ambientale, organizzate dall'Institut Klorane, si possono anche pensare come uno strumento d'immagine per chi vi sceglie?

Come già detto prima, la salvaguardia del patrimonio vegetale è innanzitutto un'esigenza della marca Klorane, insita nel suo Dna. Riteniamo che l'educazione dei bambini sia una tappa imprescindibile, e per questo, dal 2007, anche in Italia è partito un progetto di educazione ambientale rivolto ai bambini della quarta classe elementare. Realizzato in collaborazione con Federparchi, il progetto vuole sensibilizzare i bambini sull'importanza di conservare e salvaguardare il patrimonio vegetale per contrastare le emissioni di anidride carbonica nell'aria, naturalmente educandoli a comportamenti di consumo "virtuosi".



Nel suo primo anno, il progetto è stato adottato da 11 scuole di otto città, e, a partire già dal prossimo anno scolastico, contiamo di coinvolgere un numero maggiore di bambini, insegnanti e famiglie. L'impegno di Klorane continua, quindi, sia sul fronte della ricerca sia su quello della salvaguardia ambientale. È nostro desiderio, oggi, far conoscere meglio anche questo lato del marchio, che lo ha contraddistinto dai suoi esordi, al di là delle mode, rendendolo, oggi, il marchio più attuale del panorama cosmetico in farmacia.

L'Institut Klorane, la fondazione d'impresa per la protezione e il corretto utilizzo del patrimonio vegetale. Gli obiettivi sono di conservare e salvaguardare le specie vegetali, di informare gli adulti e di educare i bambini, ovvero la generazione di domani, alla centralità della natura nella nostra vita quotidiana.

L'altra faccia della medaglia, come l'ha chiamata lei, è rappresentata dai cospicui investimenti nella ricerca e nei metodi di produzione. La presenza di principi attivi vegetali sono una costante nei prodotti del Gruppo, a partire da Cicle 3, il venotonico a base di rusco, primo prodotto lanciato nel 1961. Ma proprio perché presenti anche nei prodotti farmaceutici (e tra questi anche l'antitumorale Navelbine), i principi attivi vegetali devono essere trattati in modo assolutamente rigoroso. E proprio per garantire ingredienti integri e sicuri, soprattutto considerando gli elevati rischi legati all'inquinamento, monsieur Pierre Fabre ha deciso di istituire un percorso di qualità e conoscenze unico, che mira a controllare tutte le tappe della produzione vegetale, dal seme al prodotto finito, la Phytofilière®.

Come funziona la Phytofilière®?

Questa struttura assicura che le coltivazioni avvengano lontane da qualsiasi contaminazione e garantisce la qualità delle nostre materie prime grazie a controlli continui. Il processo parte dallo studio delle sostanze naturali all'interno dei diversi centri di ricerca del Gruppo Pierre Fabre. Il fulcro della conoscenza botanica della Phytofilière® è il *Conservatoire Botanique*, struttura interamente dedi-

cata non solo allo studio delle piante medicinali ma anche di quelle specie in via di estinzione che potrebbero rivelarsi, in futuro, soluzioni terapeutiche.

La seconda tappa riguarda la coltivazione: l'intero processo agricolo è controllato, dalla selezione del seme alla consegna del raccolto essiccato alla fabbrica di produzione del Gruppo. Numerose piante sono coltivate direttamente nel loro ecosistema di origine, secondo le regole dettate da un rigoroso capitolato d'onori che, naturalmente, garantisce anche la completa tracciabilità.

Nella fase di estrazione, realizzata presso il centro *Plante et industries* di Gaillac, vengono realizzati estratti vegetali titolati, standardizzati e stabilizzati. Al termine di queste tappe controllate dalla Phytofilière® inizia la fabbricazione del prodotto finito. I prodotti Klorane, per esempio, vengono realizzati nella fabbrica di Soual, dedicata ai dermocosmetici.

Su quali specie vegetali avete puntato di recente la vostra attenzione?

L'ultimo principio attivo vegetale ad aver dato vita a una linea di prodotti Klorane è stato l'estratto di papiro: anche nell'antichità si conoscevano le sue proprietà nutritive e protettive: già le donne dell'antico Egitto si prendevano cura dei loro capelli utilizzando un preparato a base di questo ingrediente.

Il risultato è il latte di papiro, indicato per capelli secchi, fragili e difficili da pettinare. Nutre e ripara in profondità, aiuta il capello a distendersi e lo protegge dalle aggressioni esterne.