

Una estrategia innovadora para una paleta de ingredientes superior

La sostenibilidad no es un objetivo que pueda conseguirse de forma individual. Por este motivo, las iniciativas que llevan a la unión de muchos para alcanzar una misma meta, y tan ambiciosa como esta, cuentan el doble. Desde la elección de ingredientes al cumplimiento con la veracidad de cada *claim*, en el campo de las fragancias el mundo avanza.

POR EUROFRAGANCE

La creación de perfumes siempre ha sido una historia de ingredientes

y de cómo se pueden seleccionar, dosificar y mezclar con maestría para ofrecer unas experiencias sensoriales memorables. Para conseguirlo, las casas de perfumes siempre ofrecen a sus diseñadores de fragancias una paleta de ingredientes con la que trabajar. En Eurofragance, por ejemplo, es así como se trabaja, solo que con dos particularidades que la diferencian. En primer lugar, la paleta de la empresa española ofrece un amplio abanico de ingredientes,

ésta cuenta con más de 1.200 ingredientes en su paleta global. En segundo lugar, la selección de materias primas de la compañía se lleva a cabo en función de criterios de calidad e incorpora ciertos ingredientes especialmente difíciles de encontrar, lo cual no ha impedido poner en marcha recientemente un programa estratégico integral para mejorar la calidad de la paleta y para alinearla, aún en mayor medida, con la filosofía de sostenibilidad corporativa. El nuevo programa se llama ICON.

ICON, EL PROCESO HACIA UNA PALETA QUE MEZCLA INSPIRACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

En el diccionario, la palabra "icono" define a alguien o algo que suscita la admiración de los demás. Es difícil encontrar un icono auténtico. Convertirse en uno lleva su tiempo y para que se reconozca a una persona, objeto o concepto como un verdadero icono se deben tener unos valores claramente reconocibles. Ciertas marcas — entre ellas, algunas de perfumes — han alcanzado el estatus de icono. Se cuentan entre ellas "N° 5" de Chanel o "Angel" de Thierry Mugler si hablamos de perfumería fina, aunque algunos productos de perfumería de otras categorías también pueden presumir de su carácter icónico, como los productos para bebés de Nenuco en el ámbito del cuidado personal.

En Eurofragance se defiende que una fragancia icónica solo puede surgir de ingredientes icónicos, lo cual explica, en parte, por qué la compañía ha escogido el nombre de ICON para su nueva estrategia de selección de ingredientes. La elección se explica también teniendo



en cuenta que el acrónimo ICON significa "innovación", "compromiso", "origen" y "naturaleza". El programa ICON se apoya, en resumen, en dos principios: una colección de los ingredientes más exquisitos y un programa para identificar materias primas con valores de sostenibilidad demostrables.

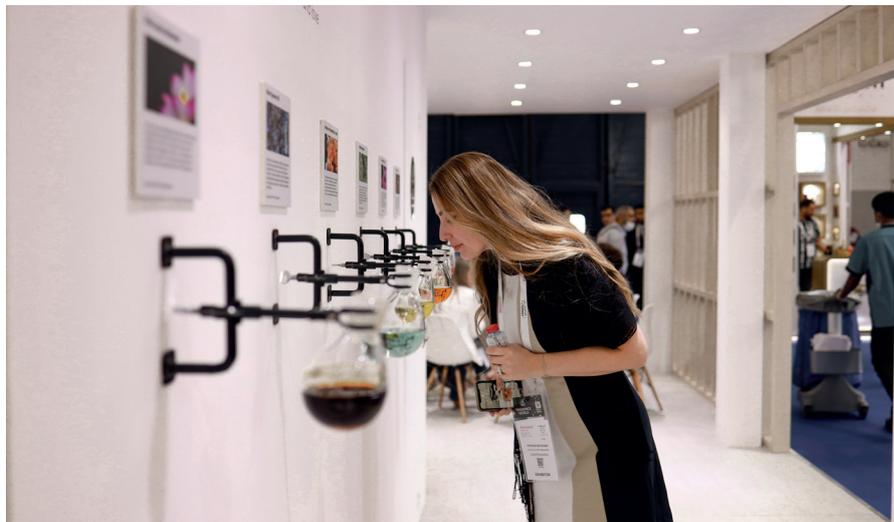
INGREDIENTES EXQUISITOS PARA CREAR FRAGANCIAS EXTRAORDINARIAS

Tradicionalmente, bastaba una fragancia atractiva para que un ingrediente llamase la atención de los perfumistas más exigentes, aunque, actualmente, para que los creadores de fragancias consideren que un ingrediente potencial es imprescindible en una composición perfumística éste debe ser realmente icónico. Hoy en día, los perfumistas buscan crear con materias primas de calidad superior y que, además, ofrezcan auténticos criterios de desarrollo sostenible. Las que se ajustan a estos criterios son las más preciadas.

Además de que muchos clientes de la empresa española solicitan la creación de perfumes más sostenibles (a menudo motivados por las tendencias de consumo), no es menos cierto que los perfumistas, los FDMs (directores de desarrollo de fragancias) y muchos otros actores en Eurofragrance han asumido como suya la filosofía de sostenibilidad corporativa y actúan de acuerdo con su lema: "Creamos fragancias, y cuidamos de las personas y el planeta".

UNA COLECCIÓN DE COLECCIONES DE INGREDIENTES DE CALIDAD

ICON es una colección de colecciones. Después de un



meticuloso proceso de selección que evalúa las propiedades olfativas de un ingrediente, junto con su perfil a nivel de salud y seguridad, sólo entonces se puede considerar dicha materia prima para formar parte de las colecciones ICON. En la actualidad, en lo que se refiere a ingredientes naturales, encontramos cinco colecciones distintas: *Hallmark*, *Avant-garde*, *Arabian Dreams*, *Spanish Splendors* y *Legacy*.

La empresa da las siguientes definiciones para cada una de las colecciones:

- *Hallmark*: ingredientes seleccionados por su calidad *premium* y sus características olfativas.
- *Avant-garde*: materias primas botánicas singulares o extraídas mediante innovadores procesos.
- *Arabian Dreams*: ingredientes muy apreciados en el mundo árabe... y más allá.
- *Spanish Splendors*: materias primas procedentes de España y que forman parte esencial del ADN de la compañía.
- *Legacy*: ingredientes con historia que vale la pena recuperar.

Situando los datos en perspectiva, basta con tener en

cuenta que de una paleta de 1.200 ingredientes menos de 80 han terminado empleándose en alguna de las cinco colecciones ICON. La casa, afincada en Barcelona, cuenta con la perfumista técnica Natacha Jérôme, que lidera el programa ICON. Respecto a la gestión tanto de los procesos de selección de los ingredientes como de las colecciones del programa, Jérôme afirma: "El proceso de criba de posibles ingredientes para nuestras colecciones ICON requiere de la participación en tiempo real de varios perfumistas y miembros del Departamento de *Compliance* (cumplimiento normativo) —es un verdadero trabajo en equipo. A menudo comparo esta área de mi trabajo con el realizado por el comisario de un museo, ya que me corresponde organizar las colecciones y encontrar formas para presentarlas en torno a una serie de temáticas y criterios olfativos".

Después de este primer paso, los proveedores de los ingredientes elegidos para una colección deben certificar ante la compañía la sostenibilidad de su materia prima.



CONSTRUIR UNA PALETA SOSTENIBLE, INGREDIENTE A INGREDIENTE

La cautivadora fragancia de un ingrediente no basta para integrarlo en las colecciones ICON. Hoy en día, los fabricantes y comercializadores de las marcas buscan ofrecer a sus clientes productos con un claro planteamiento sostenible. Por tanto, si uno o varios de los ingredientes de un producto determinado responden a este criterio, le aportarán un valor añadido que atraerá a un tipo de consumidor que cada vez exige más a los fabricantes.

En el caso de Eurofragrance, para que se considere que un ingrediente es sostenible y lo integre en alguna de sus colecciones ICON, este deberá ajustarse, como mínimo, a uno de los siguientes cinco valores:

- Respeto al medioambiente: que sea de origen natural certificado y obtenido por procesos físicos (sin petroquímicos) que respeten el ecosistema y el entorno.
- Procedencia ética: que provenga de un proceso comercial justo con los proveedores,

que han dado muestras de responsabilidad social corporativa y de ajustarse a las directrices SEDEX.

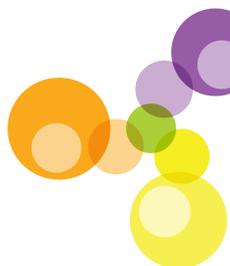
- Biodegradable: al depositarse en el medioambiente, que el ingrediente se biodegrade en al menos un 60% en un plazo de 28 días, según el protocolo de pruebas de la OCDE.
- Renovable: que contenga, como mínimo, un 50% de átomos de carbono de origen natural o que proceda de un recurso natural que pueda reponerse.
- *Upycled* o reciclado: ingredientes naturales o sintéticos que procedan de residuos y que terminen siendo muy valiosos para procesos de perfumería.

Aunque un ingrediente ICON únicamente puede estar presente en una colección, es posible que una misma materia prima contenga más de uno de los valores anteriores. Pongamos por ejemplo el aceite de limón de Murcia, un ingrediente *premium* que se encuentra en la colección *Spanish Splendors* y es de origen ético, biodegradable y

respetuoso con el medioambiente. La empresa española pide a sus proveedores que demuestren cualquier *claim* sostenible que atribuyan a los ingredientes que venden; además, y en la medida de lo posible, la empresa organiza visitas a las instalaciones de estos para comprobar de primera mano la veracidad de los *claims*.

EL PROGRAMA ICON MARCA LA DIFERENCIA A VARIOS NIVELES

¿Por qué una casa de fragancias dedica semejantes esfuerzos para poner en marcha una estrategia de ingredientes como el programa ICON? Eurofragrance cree firmemente que, para crear fragancias extraordinarias, los perfumistas tienen que tener acceso a trabajar con las materias primas más exquisitas. Además, los clientes de la empresa adquieren perfumes que no solo son de gran calidad, sino que contienen ingredientes sostenibles a los que pueden atribuirse ciertos *claims* que cada vez más consumidores buscan en sus marcas. La *Global Creative Center Director* de Eurofragrance, Dolors Costa, expone también: "El programa ICON se halla en plena sintonía con nuestra política de sostenibilidad interna. Como empresa, nos esforzamos por abordar todos los proyectos a partir de criterios ESG y, gracias a ICON, cada vez trabajamos con más proveedores que se suman a esta filosofía. Aunque aportamos nuestro granito de arena en favor de la sostenibilidad, no es un objetivo que podamos conseguir solos. ICON nos sirve, por tanto, para animar a nuestros *partners* a colaborar para conseguir avances en el mundo en que vivimos"

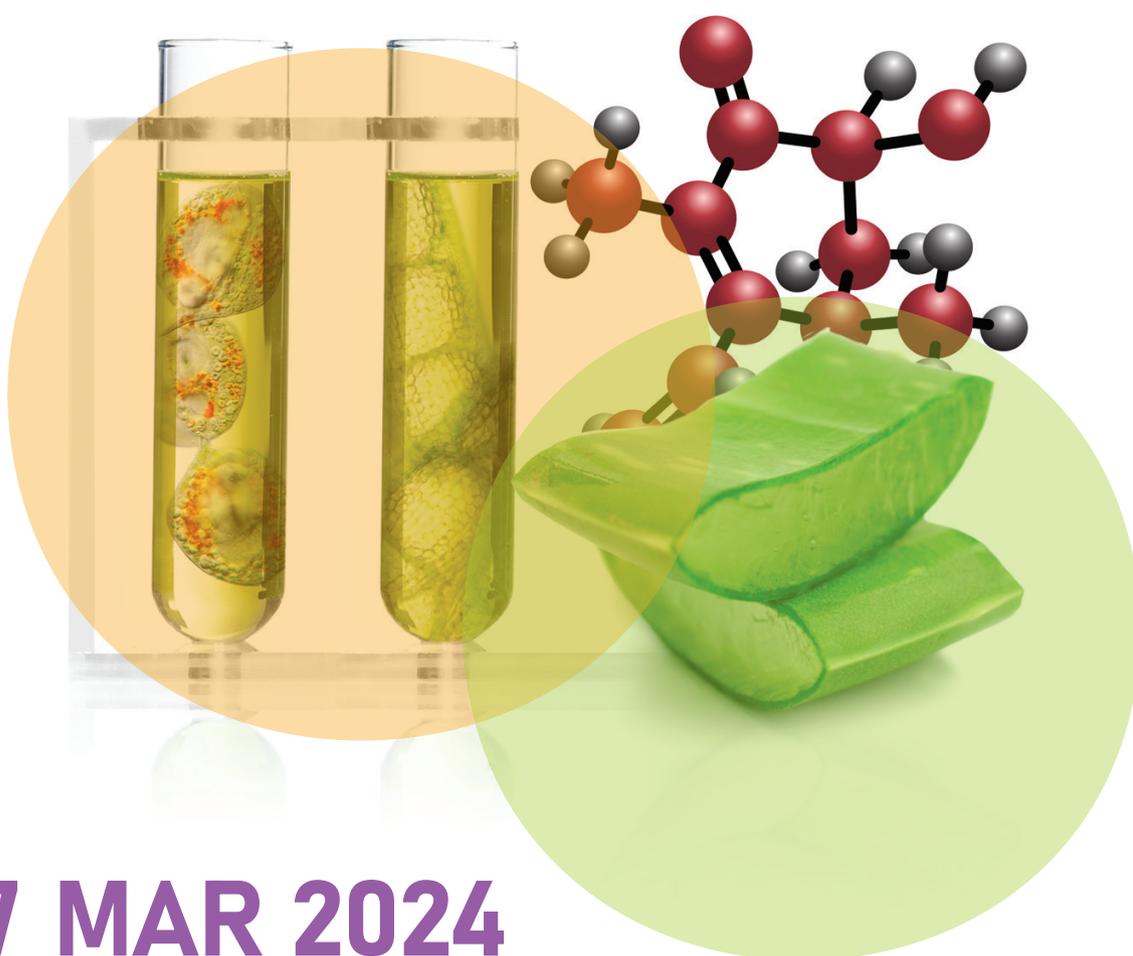


NUTRACEUTICALS

EUROPE · SUMMIT & EXPO

Knowledge & Business

The event of functional ingredients,
novel foods and finished products



6|7 MAR 2024

CENTRO DE CONVENCIONES
INTERNACIONAL DE
BARCELONA – CCIB

#NTCEUROPE2024

www.nutraceuticalseurope.com



FERIA
VALENCIA

feriavalencia.com