

A portrait of Marc Crous, a middle-aged man with a bald head and glasses, wearing a dark blue suit, white shirt, and dark tie. He has his arms crossed and is wearing a watch on his left wrist. The background is dark and textured.

Marc Crous
presidente del
Beauty Cluster

“El desarrollo futuro de la industria pasa por priorizar la innovación y la prospección estratégica”

En una época de cambios sin precedentes en la industria cosmética española, contar con líderes visionarios que guíen el rumbo del sector hacia un futuro sostenible y prometedor se vuelve fundamental. Marc Crous, actual director comercial corporativo de RNB y antiguo director del grupo Puig, recientemente nombrado presidente del Beauty Cluster, aporta experiencia y una perspectiva única a su nuevo rol para dirigir a la industria cosmética nacional hacia el mejor de los futuros.

En primer lugar, felicidades por su nombramiento como presidente del Beauty Cluster. ¿Cómo afronta esta nueva etapa profesional? ¿Cuáles son sus objetivos y prioridades principales para su mandato?

Con la ilusión de afrontar un nuevo reto y la responsabilidad de dar continuidad al magnífico trabajo que han hecho los presidentes anteriores. De forma ya un poco más concreta, estamos iniciando un proceso de reflexión estratégica para desarrollar el próximo Plan Estratégico 2024-2027 y, bajando a la operativa, me centraré decididamente en el crecimiento del clúster como conector entre socios y toda la cadena de valor de la industria.

RNB es una empresa líder en el sector cosmético. ¿Cuál ha sido su experiencia personal en RNB y cómo cree que esto lo preparó para asumir el papel de presidente del Beauty Cluster?

RNB es un laboratorio cosmético de origen farmacéutico con un amplio conocimiento del sector y una gran vocación de servicio en el que se trabaja junto a clientes y colaboradores de una forma muy estrecha. Ese espíritu es compartido con el Beauty Cluster, que ha de cumplir con las expectativas de sus 240 socios. Espero que mi experiencia en la empresa y en el sector ayude a hacer crecer al equipo del clúster.

Como presidente del Beauty Cluster, ¿cuál es su visión para el desarrollo futuro de la industria cosmética en España y cuáles son las estrategias clave que implementará para lograrla?

El desarrollo futuro de la industria pasa por priorizar la innovación y la prospección estratégica. Es obvio que hay nuevas tecnologías que pueden cambiar todos los modelos de negocio, sobre todo las derivadas de las *'deep tech'* (como la inteligencia artificial). Desde el clúster acompañaremos a las empresas del sector en el descubrimiento de estas nuevas tecnologías, ayudándoles a innovar pero también a prospectar a largo plazo y seguir siendo competitivos.

La colaboración entre empresas es fundamental para el crecimiento y la innovación en cualquier industria. ¿Cuáles son las medidas que planea tomar para fomentar la colaboración entre los miembros de la asociación y otras empresas del sector?

Básicamente impulsar los proyectos que ya están en marcha. Desde herramientas muy concretas del clúster como el Anuario de Proveedores o los eventos de *networking*, hasta la digitalización de herramientas para interconectar entre socios de las que ya dispone el clúster o eventos específicos para la innovación compartida como los Beauty Innovation Days. Fomentar la colaboración está en el ADN del clúster, pero, desde la Junta y el equipo pensamos que, además, ha de impulsarse también internacionalmente.

La digitalización y la sostenibilidad han tenido un impacto significativo en la industria cosmética en los últimos años. ¿Cómo planea promover la adopción de tecnologías digitales y procesos sostenibles entre las empresas del

Beauty Cluster?

Nuestra función como entidad es formar, informar y conectar a las empresas para crecer en esos campos. En la digitalización tenemos formaciones específicas, los Digital Beauty Awards & Digital Beauty Summit y otras herramientas concretas. Respecto a la sostenibilidad tenemos grandes eventos como la Beauty Sustainability Week, la reciente Guía de Economía Circular de la Industria Beauty o el Fórum de la Cosmética Natural. Nosotros somos, como entidad, una plataforma para ayudar a las organizaciones, pero han de ser las empresas las que apuesten decididamente por la digitalización y por la sostenibilidad.

Uno de los grandes desafíos que enfrenta la industria cosmética es la regulación de ingredientes y productos. ¿Cuáles son sus perspectivas sobre la regulación actual en España?

Efectivamente, tal y como comentas, la regulación se ha vuelto cada vez más compleja y la perspectiva es que no dejará de complicarse en los próximos años. Tenemos la suerte de contar con empresas socias expertas en este campo que nos ayudan a dar visibilidad a los temas más relevantes a los asociados. Probablemente, la regulación en España, que deriva de los cambios en Europa, será uno de los principales retos a afrontar por parte de la industria de la cosmética y perfumería en los próximos años.

La internacionalización es una oportunidad para las empresas cosméticas españolas que desean expandirse y hacer crecer sus negocios. En este sentido, la



Marc Crous junto a Eva Lluch, actual vicepresidenta del Beauty Cluster

‘TENEMOS QUE CONSEGUIR TRABAJAR CON CLÚSTERS DE OTROS SECTORES PARA PODER INNOVAR MÁS ALLÁ DE NUESTRO MERCADO ACTUAL’

comunicación y divulgación son claves. ¿Cuáles son las estrategias que propone para ayudar a las empresas asociadas a expandirse en los mercados internacionales? ¿Puede *Next in Beauty* ayudar en este proyecto de alguna manera?

Nuevamente la función del clúster es la de conectar, informar y formar. Tenemos Global Cosmetics Cluster (GCC), que es una meta-asociación que fundamos con clústeres de cosmética de una quincena de países. A través de GCC podemos conectar con empresas y asociaciones de otros países, ayudar a buscar *partners* ‘de confianza’. A eso sumamos nuestra producción de informes internacionales de mercado, jornadas,

seminarios y eventos en los que los socios comparten su experiencia en los diferentes mercados. Obviamente, la divulgación es fundamental. Creamos *Next in Beauty* para tener un medio de comunicación propio, de perfil internacional, en el que ayudar a los socios a tener voz fuera de España y ganar en visibilidad. Es la primera revista digital de negocios y de la industria con perfil internacional que se edita en español (además de inglés), pues hasta ahora todas eran en inglés o francés y con un claro foco en empresas no españolas.

La colaboración con otros clústeres y asociaciones puede ser beneficioso para el crecimiento y la

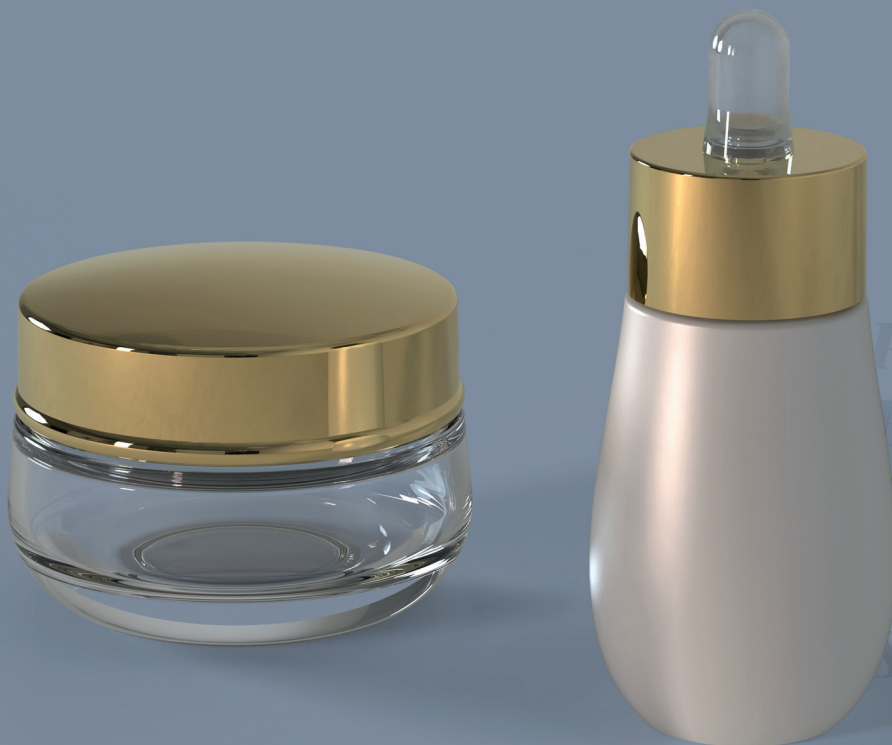
influencia del Beauty Cluster. ¿Qué alianzas estratégicas planea o le gustaría establecer para fortalecer la posición del clúster? ¿Qué podemos esperar del mismo en el futuro?

La colaboración con otros clústeres y también con asociaciones y patronales. Tenemos que conseguir trabajar con clústeres de otros sectores para poder innovar más allá de nuestro mercado actual. Pero también tenemos que tener una colaboración continua y fluida con asociaciones que hacen un fantástico trabajo y que llevan más tiempo que nosotros en esta industria, como es el caso de Stanpa o de la SEQC.



*you imagine it,
we make it real*

Lujo en frascos y
botellas para tu marca
de cuidado de piel.



*Premium
Exclusivo
Elegante
Moderno
Sofisticado*



Plaça del Xarol 23 - Pol. Ind. Les Guixeres
08915 -Badalona - (Barcelona)
(+34) 93 460 88 00 - info@rafesa.com

www.rafesa.com

