

## **Boutijour evoluciona hacia una belleza más verde, ética y sostenible renovando su imagen de marca**

### **La firma de alta cosmética coreana renueva la estética y composición de sus envases y lanzará nuevos productos de cuidado corporal**

Mientras que el envejecimiento es un miedo para muchos, para Boutijour el paso de los años es una completa aventura, puesto que concibe el futuro como una oportunidad para mejorar. Fiel defensora de la filosofía pro aging y life-aging, la firma de alta cosmética con estética, origen y conceptualización coreana ofrece una cuidada selección de productos pensados, cada uno de ellos, para una preocupación concreta.

Una apuesta inicial que en los últimos tiempos ha evolucionado para cultivar aún más su apuesta por una belleza más ética y verde sin perder su esencia premium que la distingue de otras firmas de similar procedencia. Un punto de inflexión que ha redefinido tanto su imagen de marca, como la composición de sus envases y que, por primera vez, hará extensiva su filosofía al resto del cuerpo.

Envases renovados y embalaje de papel con certificación FSC®

Aunque los envases de Boutijour siempre han estado comprometidos con los altos estándares de sostenibilidad de la marca, en esta nueva etapa se ha trabajado con el objetivo de mejorar la directriz de envasado para alcanzar el 80% de uso de envases de vidrio, y el embalaje de papel certificado FSC®.

Un cambio que contribuye a reducir el uso de plástico y reducir las emisiones de carbono y el impacto medioambiental. El color verde, transparente y natural, también se asemeja a su ideal de belleza que siempre debe ser ética y sostenible.

Por su parte, todos los envases con embalaje de papel de la firma estarán fabricados a partir de material reciclado FSC® que certifica que los bosques cumplen las normas medioambientales y sociales más estrictas. El papel utilizado por Boutijour garantiza ambas cosas: que procede de bosques bien gestionados, y que está fabricado al 100% con materiales reciclados.

Un nuevo logo cargado de significado

Otro de los elementos que componen la redefinición de Boutijour es precisamente su logotipo. Con un nuevo símbolo inspirado en el antiguo símbolo de "bienestar y salud" coreano, su imagen encarna el significado de bienestar y revitalización como representación de la concepción holística de la firma.

## Nueva línea de cuidado corporal

A su existente colección de cinco mascarillas con objetivos específicos, a las que acompaña un tónico, un suero anti-edad, una crema de tratamiento y la Bouti Gua Sha, la herramienta facial para complementar el régimen diario de Boutijour; se sumarán este verano dos nuevas referencias que hacen extensiva su filosofía al resto del cuerpo:

Fleur Lotus Revitalizing Wash es el gel multiexfoliante para manos y cuerpo formulado con el poder de la semilla de loto para una limpieza profunda y delicada de la piel.

Por su parte, Les Bois Rejuvenate Body Cream es una crema rejuvenecedora para las manos y el cuerpo que gracias a la flor de loto ayuda a restaurar la piel deshidratada.

## Terapia botánica y formulada sin distracciones

La máxima de Boutijour, en palabras de Jillian Yoo, su fundadora se podría resumir en: "pocas formulaciones para no despistar ni distraer, pero altamente efectivas y completas, por no hablar de sus ingredientes naturales cuidados y magistralmente combinados entre sí. Boutijour se esfuerza en potenciar y rejuvenecer la piel incluso en medio del ajetreado estilo de vida metropolitano, utilizando un sistema de terapia botánica mediante una tecnología que desafía el envejecimiento protegiendo la piel de los agresores medioambientales", afirma.

Con creencia plena en los maravillosos poderes de las plantas y flores que se encuentran en la naturaleza, la firma emplea ingredientes naturales verificados, maximizando la eficacia de los productos para curar y rejuvenecer la piel. Y es que Boutijour ama la naturaleza, oponiéndose firmemente a las pruebas con animales y a los ingredientes de origen animal.

Entre sus referencias, destaca X-Lifting Mask por su formato innovador, que transporta a imágenes de ciencia ficción propias de un largometraje de Hollywood. A su estética le acompaña una gran fórmula antiedad non-sticky, puesto que mientras se lleva puesta (de treinta minutos a dos horas), el gel va penetrando sin que haya exceso de producto ni se mueva, ya que lleva una gran tecnología de adherencia a la piel y un sistema añadido de sujeción a las orejas. Una mascarilla pensada no solo para que sea cómoda de llevar, puesto que además se refuerza con grandes principios y fomenta el efecto de estiramiento y reafirmación del tejido. Para Raquel González, socia fundadora de Pure Skincare, distribuidora exclusiva de la firma en España: "Esta mascarilla es una completa e innovadora experiencia puesto que es cómoda de usar, refrescante y los beneficios se notan al instante gracias a la tela de algodón y el hidrogel hidratante enriquecido con extractos botánicos, que aseguran una gran experiencia con efecto lifting".

## Datos de contacto:

Patricia Alonso  
93 697 1730

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Moda](#) [Marketing](#) [Belleza](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>