

L'Oréal lanza en España la marca Clarisonic

Se trata de una apuesta estratégica de L'Oréal por una nueva línea de negocio que mueve más de 1.500 millones de dólares en todo el mundo

L'Oréal ha lanzado Clarisonic en España, una marca de cosmética selectiva líder del mercado de los aparatos y tecnologías sónicas –basados en el sonido– aplicados a los tratamientos de la piel. Comercializada por la división L'Oréal Luxe en España, la gama de productos Clarisonic permite al Grupo posicionarse en la categoría de productos de cosmética instrumental, un elemento decisivo para su innovación.

Con una facturación global cercana a los 200 millones de dólares, un 47% más que en 2011, y más de 5 millones de unidades vendidas en todo el mundo, Clarisonic es una clara muestra de la importancia que están adquiriendo los aparatos de cosmética en el campo de la belleza y los tratamientos de la piel.

Así, en los últimos años, el mercado de la cosmética instrumental ha experimentado un importante crecimiento, con una facturación en torno a los 1.500 millones de dólares (1.160 millones de euros) en todo el mundo, de los cuales 410 millones de euros, corresponden únicamente al segmento de cosmética instrumental facial en Estados Unidos.

Estas cifras respaldan la apuesta de L'Oréal por esta nueva línea de negocio que ha fortalecido el departamento de I+D del Grupo con un nuevo centro de innovación situado en Redmond (Washington), sede donde se fabrica Clarisonic. Por todo ello, para Patricio Walburg, director general de Clarisonic en España "nuestro objetivo con esta línea de negocio es seguir innovando y liderar el mercado de aparatos de cosmética". Para lograrlo, la marca comercializa, además de un aparato para el sector profesional, dos modelos: uno exclusivo para el rostro (149 euros), y otro facial y corporal (225 euros), ya disponibles en las Perfumerías Sephora de todo el país. Se espera que a finales de 2013 esté presente en más de 100 puntos de venta de esta cadena, y el doble en 2014.

Hasta su adquisición por parte de L'Oréal en 2011, Clarisonic comercializaba sus productos en siete países. Aparte de en Estados Unidos, –donde es la quinta marca más vendida en tratamiento facial femenino–, en México, Reino Unido, Australia, Canadá, Japón, Hong Kong y Singapur. Más recientemente, la marca ha llegado a Francia, China, Alemania, Italia y España.

Más que un cepillo

Lo que hace único al aparato Clarisonic es su tecnología sónica de micro-masaje. El cepillo no gira sobre sí mismo sino que efectúa 300 micro-

oscilaciones por segundo, lo que equivale a 300 micro movimientos de ida y vuelta, casi imperceptibles para el ojo humano. Es esta frecuencia de movimiento lo que garantiza la eficacia limpiadora y calmante de Clarisonic, al tiempo que respeta la elasticidad de la piel.

El respaldo científico es tal, que 3.000 dermatólogos de todo el mundo lo recomiendan en sus consultas como un producto capaz de optimizar la rutina de la limpieza diaria de la piel. Además, Clarisonic está presente en congresos científicos, donde presenta sus avances en el tema de tecnología sónica.

Otra gran impulsora de la marca ha sido Oprah Winfrey, quien reveló en su talk show que Clarisonic era uno de sus secretos de belleza. Madonna, Michael Douglas, Sharon Stone, Tom Ford o Meryl Streep son otras de las celebrities que han pasado a engrosar la lista de los fanáticos de Clarisonic, junto a los más de 3 millones de personas que han comprado el producto en Estados Unidos.

Una marca con historia

El éxito de Clarisonic tiene su origen en una historia de emprendimiento unida a una alta dosis de investigación y tecnología. Todo surge en Seattle, cuando tres investigadores y científicos inventores de la tecnología sónica (en oposición a la tecnología rotativa) deciden revolucionar la forma que tienen las personas de cuidar su piel a través de la compañía Pacific Bioscience Laboratories, que L'Oréal adquirió a finales de 2011. Después de tres años de investigación y más de 45 patentes depositadas por Robb Akridge, David Giuliani y Ken Pilcher, la marca Clarisonic toma vida en 2011.
