

Při vývoji novinek nespěcháme



Nathalie Michel

GERnétic je francouzská značka profesionální kosmetiky, která od svého založení před více než padesáti lety staví na prvotřídní kvalitě, bezpečnosti a udržitelnosti. Tímto přístupem její zakladatel Dr. Albert Laporte předběhl dobu. Na jeho práci navázala před třinácti lety Nathalie Michel, technická a regulatorní ředitelka Laboratoří GERnétic. Co vše se v odvětví děje, které trendy získávají na síle a jak vypadá vývoj kosmetických přípravků, zodpověděla v rozhovoru.

pohovoru jsem prošla. Poté se interview ujala Ana Laporte, projela si můj životopis a hned ji zaujala část s koničky. Uvedla jsem tam, že jsem přešla Pyreneje od Atlantiku po Středozemní moře. Zamyslela se a řekla: Vy budete asi pěkně zarputilá a tvrdá. A já odpověděla: To možná ano, ale rozhodně jsem odolná a vždycky se snažím dosáhnout svého cíle. Následně mi popsala, co bude náplní mé práce. Ptala se, zda to vše zvládnou. A já odpověděla, že se o to budu snažit, jak nejlépe dovedu. Tím cestou s GERnétic před těmi 13 lety započala. Mme Ana Laporte mi následně předala celou filozofii značky, ten skutečně výjimečný přístup, jakým působí naše produkty na tělo, kůži, buněčné systémy. Nezískala si mě jen ojedinělá DNA značky, ale to, že GERnétic představuje firmu s rodinným charakterem. Vzpomínám na velkou akci v Portugalsku, kde se sešli naši distributoři. Viděla jsem tam zakladatele značky Dr. Laporta mezi svými lidmi a najednou jsem si nepřipadala jako na setkání obchodních partnerů, ale jako na rodinné sešlosti. Velmi se mi to líbilo. Těší mě, jak funguje tým, který šíří poselství značky do celého světa. A když si dnes hledám ve studiích informace o novinkách v oblastech pro nás důležitých, dělám to s myšlenkou, že chci posílit tu původní vizi Dr. Laporta, na níž byl GERnétic vybudován.

ků. A naším cílem, jde-li právě o technologii, je neustále se zdokonalovat v porozumění mechanismům, jak jednotlivé ingredience působí. Umožňuje nám to následně využívat ještě efektivnější aktivní látky, protože dokážeme lépe usměrnit jejich účinky na pleť.

Které změny v oboru v posledních letech byly z pohledu spotřebitele nejzásadnější? A které jako nejvýznamnější hodnotíte vy sama?

Od roku 2013 vešly v platnost nové předpisy EU, které posílily porozumění tomu, co je kosmetika. To je důležité pro nás odborníky, ale spotřebitel to prakticky nepozná. Pro něj je směřovatější a důležitější důraz na udržitelnost. To zákazníci vnímají velmi silně. Pro nás to však není nic nového, udržitelnost je součástí firemní strategie už víc než padesát let. V našem vlastním výzkumu pokračujeme relativně nezávisle na tom, co dělá konkurence, ale samozřejmě sledujeme, co se v oboru děje.

Nicméně si uchováme vlastní směr s důrazem na jasné deklarovanou účinnost našich přípravků, které si našly své fanoušky po celém světě. Klíčové pro nás je, abychom dosahovali právě skvělých

výsledků v oblasti účinnosti a dále ji zdokonalovali. Abychom lépe rozuměli procesům, které se odehrávají mezi aktivními látkami. Tím se přibližujeme našemu cíli – zdraví a krásě. Velkou změnu ale vidím v informovanosti zákazníků. Jsou poučenější a chtějí mít k dispozici vědecky podložené informace. A do toho vstupují já, protože pro naše klienty tvořím podklady, v nichž popisuji, vysvětluji a ujišťuji je, že vše, co si aplikují na pokožku, je skutečně bezpečné.

Je něco, co byste ve své profesi nebo kosmetickém odvětví chtěla celkově zmínit?

Ne. Ale k věcem, které se nám někdy jeví jako náročné či problémové, přistupujeme jako k výzvě, s nimiž se musíme popasovat, ať už jde o otázky regulací, poměry v dodavatelském řetězci, nebo o cokoli jiného. Jsme nuceni

neustále vystupovat ze své komfortní zóny a překonávat se. Řídíme se přitom heslem z knihy Jonathan Livingston Rakeck od Richarda Bacha, která Dr. Laporta inspirovala a dala vzniknout také našemu logu s rackem. Jde o svobodu být sám sebou. A to se mi na mé práci moc líbí.

Jeden příklad za všechny. Když jsme vyvíjeli přípravek Cold Cream Mousse, chtěli jsme u něj docílit nadýchané pěnové konzistence. Ale pokud pracujete na pleťovém krému, je to velice těžké. Pěna je váš nepřítel. Vyžadovalo to hodně usilovné práce, zkoušení, ladění. Nakonec se to ale podařilo a na trh jsme uvedli produkt, o kterém se nám vlastně ani nesnilo. A zákazníci to potvrdili, sklízí totiž ovace a úspěch.

Které trendy v oboru se vám jeví v současnosti jako nejzajímavější?

V GERnétic nás spíše zajímá, jak a proč vznikají kožní obtíže a jak se dají napravit. Na to se soustředíme od vzniku značky. Nezaměřujeme se na populární ingredience, ale na to, co plati skutečně pomůže. V poslední době jsme se hodně koncentrovali na atopickou kůži. GERnétic jde velmi dobře dohromady také s estetikou medicínou. Dokáže pokožku připravit před zákrokem a pomoci jí regenerovat po něm. Ale přesto, že je zájem o estetické zákroky na vzestupu, pro nás to vlastně není nic tak nového. Vždycky nám záleželo na tom, aby produkty kůži dokázaly vyživit, hydratovat, poskytnout jí drenáž, zlepšit její prokrvení,

příspěk ke správné detoxikaci, což je základ pro optimální kondici našeho největšího orgánu. A netýká se to zdaleka jen tváře, ale celého těla. Lepších výsledků samozřejmě člověk dosáhne, když bude pečovat o celek.

A smíte prozradit, jak s nimi pracuje GERnétic? Uvedla byste příklad?

Poslední novinky, které jsme vyvíjeli, dokonale odrážejí principy zakořeněné ve filozofii naší značky. Ať už jde o Cold Cream Mousse, či týdenní kúru v ampulích Sensi Boost, která je určená pro hypersenzitivní a atopickou pokožku. Díky tomu, že mnohem lépe chápeme, jak aktivní látky fungují, jsme schopni daleko efektivněji pomoci právě tak náročným pokožkám, jako je ta atopická. Přípravky dokážou zmírnit zarudnutí a svědění, které lidi s atopií trápí dennodenně.

Jak vlastně vývoj kosmetiky probíhá? A stane se občas, že v laboratoři narazíte na slepou uličku?

Když se dostaneme do slepé uličky, nezastavíme se. Uděláme krok zpět a vydáme se trochu jiným směrem. Při vývoji produktů si v GERnétic dáváme na čas, nespěcháme. Potřebujeme, aby finální výrobek dokonale odpovídal potřebám pleti s těmi a těmi kožními nedostatky. Ve výrobním cyklu je pro nás velmi klíčový výběr ingrediencí a aktivních látek. Stejně je to u každé novinky je tak dalek na cestě za zdravou a krásnou pleť mnoha žen na světě.

dy. Dáváme si proto velmi záležet na tom, jak je společně poskládat, jak potom zajistit, aby správně pronikaly do kůže a dostaly se tam, kam mají. A poté, když vše vyladíme, přichází na řadu přísné testování stability, bezpečnosti, účinnosti a regulatorního souladu ve všech zemích, kde GERnétic působí. Chceme totiž zachovat vždy celosvětově stejnou recepturu. Proto při kontrole musíme volit tu nejpřísnější variantu, aby z hlediska předpisů byla ve všech státech v pořádku. A když se vše podaří, můžeme začít vyrábět.

Co vás na profesi nejvíce baví?

Práci s produkty GERnétic si neuvěřitelně užívám. Jsou jedinečné, mají až terapeutický rozměr, dokážou pleť harmonizovat, vybalancovat její funkci, napravují nedostatky. To je kouzelné. A když se podívám na celé naše portfolio a vím, že jsem toho ambasadorem, garantem, naplňuje mne to.

Na kterou z novinek v posledních letech jste nejvíce hrdá?

Nemůžu vyzdvihnout jen jednu jedinou. Pro mě jsou všechny jako taková moje dítětko. Jsem ráda, že mohu navázat na práci zakladatele značky a pokračovat v ní, postupit v ní zase dál, a tím zajistit, aby jeho příběh pokračoval. A každá novinka je tak dalek na cestě za zdravou a krásnou pleť mnoha žen na světě.

připravila se Kateřina Šimková

Mohla byste přiblížit pracovní náplň technologické šéfky kosmetické firmy?

Moje role je mnohorozměrná. V rámci své pozice jsem zodpovědná za výzkum, vývoj, bezpečnost a regulatorní soulad s předpisy ve všech 49 zemích světa, v nichž má GERnétic zastoupení. Pracuji s vizí celého životního cyklu produktů. To znamená, že se snažím vidět do budoucna. Vnímám proces uvádění novinek na trh, vývoje a výzkumu. Zapojuji se do toho. V některých firmách se na jednotlivé fáze životního cyklu výrobků dívají odděleně, ve zvláštních týmech. My v GERnétic to ale děláme dohromady, zajímá nás celkový pohled.

Vzpomenete si ještě na své začátky v GERnétic International? Co vás právě na této značce zaujalo?

Jak by ne! Poprvé jsem se setkala s prezidentkou GERnétic Mme Anou Laporte, což považuji za jeden z milníků v mém životě. Byl to ten okamžik, který pak katalyzuje mnoho dalších významných událostí na životní dráze člověka. Ucházela jsem se v GERnétic o práci a byla jsem na pohovoru. Nejprve mne čekala jeho technická část, již vedl odborný konzultant, kterého si tam přizvala právě Ana Laporte. Jako prezidentka řídí firmu, ale nemá na starosti technickou oblast, právě proto tam byl odborník z farmaceutického průmyslu. Standardy farmaceutického odvětví jsou hodně blízké tomu kosmetickému. Technickou částí

Ve výrobním cyklu je pro nás velmi klíčový výběr ingrediencí a aktivních látek. Stejně je to u každé novinky je tak dalek na cestě za zdravou a krásnou pleť mnoha žen na světě.

