

YO dona

yodona.com

Moda

Vaqueros y trajes
de chaqueta:
los contrarios
se atraen

La novia
oscura de
Batman

Maggie
GYLLENHAAL

Belleza

La tendencia verde arrasa

Activistas urbanas

Jardinería y labores
de punto como
estrategia radical

EL MUNDO

DE JULIO DE 2008. Nº 169. YO DONA SE VENDE CON EL MUNDO POR 1,30€



00169

423793 994493

BELLEZA

REVOLUCIÓN

Bio

Un informe desvela que el 73% de las españolas prefiere utilizar cosméticos de origen natural. Viajamos a Francia para visitar la plantación orgánica de la marca **Sanoflore**, una de las abanderadas de esta tendencia verde.

POR Leyre Moreno FOTOS Óscar Carriquí



“Nuestro objetivo es demostrar que la cosmética bio es más efectiva que la convencional. Ahora podemos confirmarlo gracias a los test de eficacia en pieles reconstituidas.”

[CHRISTINE GUION, DIRECTORA DE DESARROLLO DE SANOFLORE]

materias primas, los aceites esenciales y las aguas florales de sus productos biológicos. Nada más llegar a la finca, las distintas fragancias embriagan, sin que se sea capaz de identificar ningún olor en concreto. Es el efecto de la aromaterapia, uno de los beneficios con los que cuenta este tipo de cosmética. ¿Qué otras ventajas tiene? «La más importante es la sinergia. Mientras un ingrediente químico tiene una sola acción sobre el organismo, un componente ecológico posee múltiples propiedades», declara Stéphane Richard. «También hemos mejorado mucho las texturas y los olores», añade Christine Guion, directora de Desarrollo de Sanoflore. «Nuestro objetivo es demostrar que la cosmética bio es más efectiva que la convencional. Y, ahora, gracias a los test de eficacia que realizamos en pieles reconstituidas, podemos confirmarlo.»

Sin embargo, no todo el monte es orégano y, en cosmética biológica, todavía quedan muchas cuestiones por resolver. Una de ellas es la conservación, que resulta más costosa al tratarse de productos libres de parabenos y siliconas (principales preservantes químicos). «Hemos descubierto que los aceites esenciales y, en determinados casos, el alcohol actúan como conservantes naturales. También existen otros ingredientes que podrían colaborar en esta tarea, como algún derivado del vinagre, pero de momento ningún laboratorio lo ha investigado a fondo. Aun con todo y pese a resultar más laborioso, los cosméticos bio tienen la misma durabilidad que los tradicionales», aclara Stéphane Richard. El director general del laboratorio de Sanoflore también explicó cuáles son los métodos que emplean para combatir de forma natural las inclemencias del tiempo o la invasión de plagas: «Nuestra técnica se basa en nutrir el suelo que sustenta la planta, no a la inversa. Además, al no utilizar elementos químicos, los vegetales son más fuertes y soportan mejor las circunstancias extremas. En cuanto a las plagas, las combatimos con predadores naturales o cultivando plantas como el tomillo, que atraen a los animales dañinos y los alejan del resto de los cultivos». Pero Sanoflore no sólo controla el proceso de producción de sus cosméticos, también posee una destilería en la que, mediante el vapor de agua, se extrae el agua floral y los aceites esenciales de 700 toneladas de plantas al año. Una experiencia única que requiere mucha pericia, ya que es necesario conocer el ciclo de cada especie para recolectarla en su punto óptimo de maduración. Precisamente el control de todas las etapas permite a la firma francesa elevar los porcentajes ecológicos de sus productos desde 71% hasta el 99%, muy por encima de los niveles que exige Ecocert. El problema es que, al no existir una regulación oficial, la proporción de ingredientes orgánicos varía sustancialmente de una marca a otra. Afortunadamente, algo está cambiando en el mundo bio. Su nombre es NaTrue y se trata de una iniciativa europea que todavía no ha visto la luz y que pretende unificar los principios ecológicos. ¿Será verde el futuro de la cosmética? Stéphane Richard lo tiene claro: «Por supuesto. El hombre sólo lleva unas décadas conviviendo con ciertos ingredientes químicos; sin embargo, toda la vida ha estado rodeado de plantas». **VO**

Entre flores En la página anterior, de izq. a dcha. y de arriba abajo: Plantas y herramientas de Sanoflore. Algunos productos de la marca, entre los que destaca, en primer plano, *Aqua Melissa*, un cóctel de aceites esenciales con poderes antiedad, antioxidantes e iluminadores. Su precio es de 35 euros. Christine Guion, directora de Desarrollo de la firma.

Marcas 'verdes'

75

Kibio: El grupo Clarins ha adquirido el 10% de esta firma francesa, que cuenta con los sellos Ecocert y Cosmebio. Kí significa energía, y bio, vida. Su fundador, Pierre Cabane, la describe como «una marca que reúne placer y eficacia. Sus ingredientes penetran fácilmente en la piel». Uno de sus productos es la *Delicada espuma exfoliante* (50 €).

Origins: Es la única firma bio que posee tres sellos (Ecocert, Soil Association y USDA). Fue fundada en 1990 como una línea natural de cuidados para el rostro, el cuerpo y el cabello, pero en 2007 dio el salto a la cosmética ecológica con la línea *Organics*. Son nueve productos, entre los que destacan *Body Pampering Masaje Oil*, aceite corporal de jojoba (37 €) y *Conditioning Hair Oil*, para el cabello (28 €).

L'Occitane: Fundada por Oliver Baussan, esta marca de la Provenza francesa está inspirada en el Mediterráneo. Sigue los principios de la fitoterapia y la aromaterapia y, aunque no es bio en su totalidad, algunos de sus productos poseen el sello Ecocert, como el *Gel de ducha con aceite esencial de lavanda* (13 €).

Armonía Bio: Empresa zaragozana dedicada a la fabricación artesanal de productos de belleza a base de plantas, algas y extractos naturales. Ha adquirido el sello Ecocert este mismo año para comercializar su gama de seis productos faciales, como el *Agua limpiadora micelar* (12 €) y la *Crema antiarrugas* (25 €).

Naetura: Es la primera firma ecológica española que obtuvo el sello Ecocert. Sus creadores, viajeros incansables, admiraban cómo en otros países usaban materias primas naturales para elaborar productos de belleza. En 2001, Roberto García y Carolina Roger fundaron su propia firma de cosmética bio. Su *Body milk vegetal ylang-ylang* cuesta 11,95 euros.

Dr Hauschka: De origen alemán, fue creada en 1924. Sus productos proceden de un tipo de agricultura llamada biodinámica, que entiende el jardín como un ciclo cerrado determinado por el calendario lunar. Se adhiere al organismo BDIH. Recientemente, ha creado una línea para pieles maduras, compuesta por *Crema regeneradora* (57 €) y *Serum regenerador* (60 €).

Vegeticals: Pedro García Maggi es el creador de esta marca orgánica francesa, que emplea los extractos de raíces como materia prima. «Buscábamos una eficacia clínica unida a una formulación orgánica», cuenta, «y descubrimos que las raíces vegetales eran unos potentes activos antiedad.» La firma, que cuenta con el sello Ecocert, se pondrá a la venta en nuestro país el próximo mes de septiembre en exclusiva para Sephora. Su *Savia fresca luminosa* cuesta 55 euros.

The Body Shop: En 1976, Anita Roddick abrió la primera tienda de la marca en el Reino Unido. Desde entonces, The Body Shop se ha erigido como una defensora del medio ambiente. Sus líneas orgánicas están elaboradas con aloe vera, aceite de oliva o soja. *Gel refrescante corporal con aloe vera* (14 €).