



El aroma de la sostenibilidad

Los nuevos perfumes quieren contribuir a un mundo mejor. Acordes que se obtienen de emisiones de CO₂, frascos recargables y compostables, relación justa con los productores de materias primas... ¡Esta revolución huele muy bien!

TEXTO: **CRISTINA MARTÍN FRUTOS**



asi sin darnos cuenta la etiqueta de sostenible ha invadido nuestro neceser. De la crema al champú pasando por el fotoprotector o, incluso, la barra de labios, el mundo de la belleza se ha puesto las pilas desde hace algunos años. ¿Y los perfumes? Parecía que se habían quedado a la zaga... Val Díez, directora general de la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA), explica que no es así. "Históricamente el mundo del perfume se ha desarrollado de la mano de la naturaleza, inspirándose en ella, protegiéndola y respetándola." Lo que sí es cierto es que hasta hace poco tiempo no encontrábamos fragancias que presumieran de ser sostenibles más allá de casos puntuales, como el de Angel, de Thierry Mugler. El primer perfume *gourmand* de la industria revolucionó el panorama allá por 1992 con sus famosas fuentes de *refill*. Estas recargas han hecho posible reutilizar más de dos millones de frascos y reducir unas 400 toneladas

"El mundo del perfume ha evolucionado de la mano de la naturaleza, inspirándose en ella, protegiéndola y respetándola"

de residuos cada año. Afortunadamente, ya no es el único que permite el relleno: Armani, Rochas, Guerlain o Lancôme, entre otros, también. Además, las acciones que aseguran una perfumería totalmente sostenible no dejan de evolucionar.

MÁS ALLÁ DE LA CONCIENCIA 'GREEN'

Para que un perfume sea sostenible ha de ir más allá del cuidado de la naturaleza. "Tiene que pertenecer a una compañía que proteja y respete el medioambiente, por supuesto, pero que también vele por la sociedad y, además, cumpla con buenas prácticas éticas y de gestión", señala Val Díez. En Firmenich, uno de los principales fabricantes de aromas y perfumes de todo el mundo, lo han rebautizado como "perfumería consciente". "Se trata de trabajar en términos de renovabilidad, biodegradabilidad, abastecimiento responsable, impacto del carbono y transparencia", detalla Michal Benmayor, vicepresidenta de Perfumería Consciente y Green Unit (algo así como área verde) de Firmenich. Como en cualquier otro sector, esta perspectiva ha dejado de ser una opción. Primero, porque el planeta nos obliga. Y, en segundo lugar, porque como asegura Benmayor "el comprador quiere productos seguros, naturales, ecológicos y éticos. Sin olvidar que, evidentemente,



-1-



-2-



-3-

Angel Nova, de **Mugler** (98,65 €/100 ml).

My Way Intense, de **Giorgio Armani** (97,45 €/100 ml).

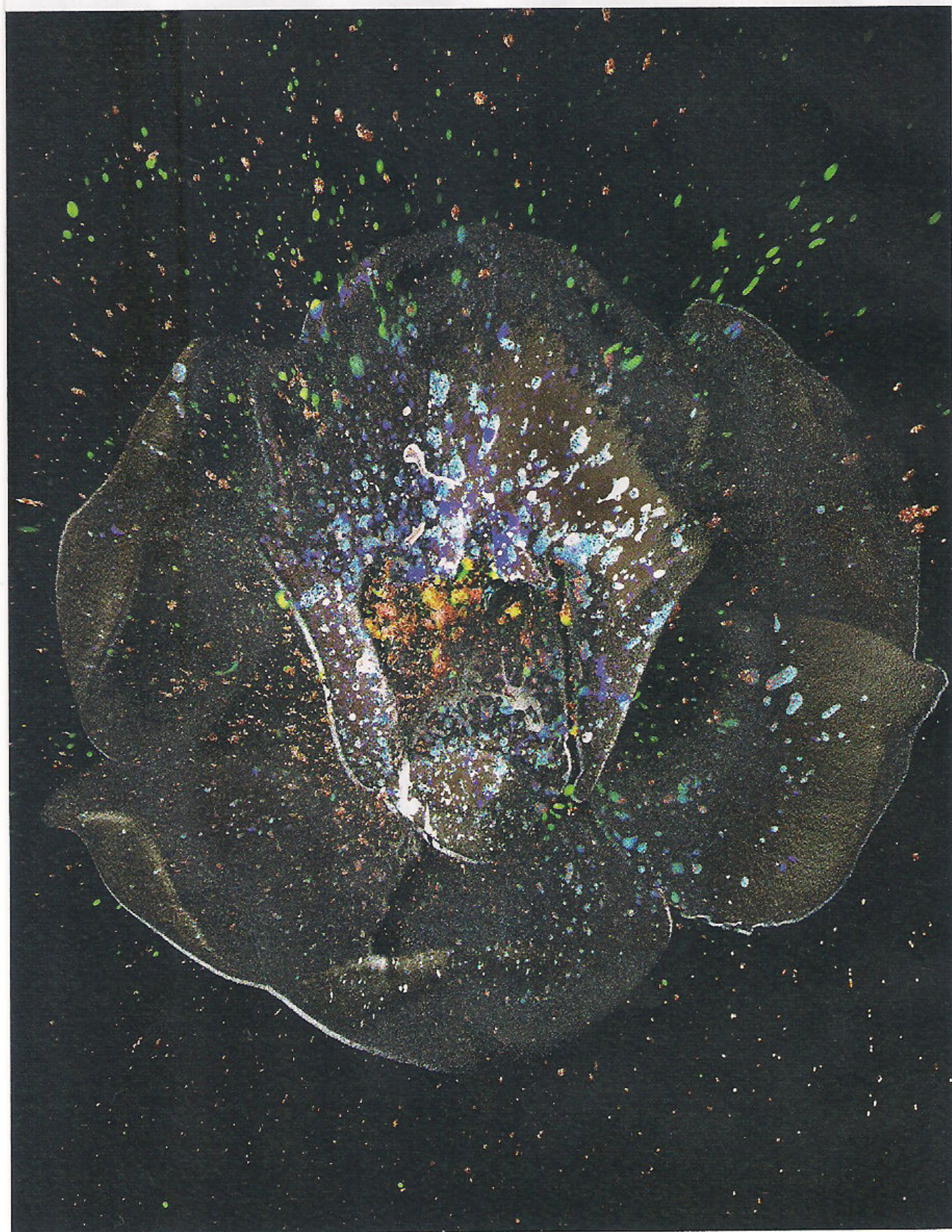
Chloé Nomade Naturelle, de **Chloé** (102,10 €/50 ml).



huelan bien". La experta recuerda que el 86% de los consumidores en todo el mundo declara que las fragancias les aportan placer y una experiencia sensorial.

NOTAS OLFATIVAS MUY RESPONSABLES

Rosas de Grasse (Francia) o de Turquía; jazmín de la India; bergamota argentina; cardamomo de Sri Lanka; hojas de higuera españolas... Algunos de los acordes más frecuentes en perfumería recorren miles de kilómetros antes de ser encerrados en un frasco. Además, no siempre es sencillo mantener una relación justa con los productores de esas materias primas. Por ejemplo, Haití, el país más pobre de Occidente, es el principal productor de vetiver, muy usado en perfumería nicho y aromas masculinos. Sin embargo, la mayoría de quienes trabajan esta planta gana menos de dos dólares al día (un cuenco de arroz cuesta allí medio dólar). El dato lo planteaba Guillaume Audy, director de comunicación corporativa y sostenibilidad del fabricante de fragancias Iberchem, en un *webinar* organizado por la Fundación Academia del Perfume. Según Audy, la sostenibilidad debe contemplar el bienestar del productor. La tecnología *blockchain*, propia de la



-4-



-5-



-6-



-7-



-8-

Wonderland Peony, de **Floral Street** (59,99 €/ 50 ml).

Girl Refill, de **Rochas** (95 €/ 75 ml).

Berber Blonde, de **Sana Jardin** (189 €/ 100 ml).

A Drop d'Issey, de **Issey Miyake** (77 €/ 90 ml).

Eau de parfum CK Everyone, de **Calvin Klein** (85,47 €/ 100 ml).

economía, aplicada a la cadena de suministro permite ahorrar tiempo y dinero y beneficiar al pequeño agricultor. Colaborar con las comunidades locales mediante proyectos de educación, financiación y comercio justo es otra buena opción.

Aunque si hay una tendencia con futuro al hablar de materias primas, esa es el *upcycling*: aprovechar un residuo o deshecho para obtener, en última instancia, una nota olfativa. Audy explicaba en el *podcast* cómo Coty (Chloé, Gucci, Calvin Klein...) obtiene el etanol -básico para la difusión del aroma- a partir de las emisiones de carbono de la factoría. El acorde de cedro de A Drop d'Issey Miyake se obtiene recuperando la corteza procedente de la industria del mueble de Norteamérica.

QUÍMICA VERDE

"Muchas veces lo más sostenible es aprender de la naturaleza y producir en un laboratorio esa molécula", reflexiona Val Díez, directora de Stanpa. La obtención de aromas de forma artificial evita, entre otras cosas, la pérdida de biodiversidad. Eso sí, siempre que se lleve a cabo mediante procesos de química verde, que reduzcan o eliminen las sustancias peligrosas en todo el proceso. Michel Benmayor pone como ejemplo Dreamwood "un ingrediente obtenido por Firmenich mediante biotecnología, que es 100% biodegradable y que funciona como alternativa al sándalo, un árbol en peligro de extinción".

Por último, no podemos obviar la importancia del *packaging*. Los frascos recargables son una gran opción. Pero hay muchas más iniciativas: usar bioplásticos; vidrio y plástico reciclado; envases compostables; etiquetas de lino o cartón; tapones de corcho y madera... Cualquier pequeño detalle cuenta para perfumarse con los acordes de la sostenibilidad.