

# “No puede ser que se sigan vendiendo perfumes al precio de siempre”



## → RESPECTO A LAS RESOLUCIONES JUDICIALES

Labad señala que la Apce acata las decisiones de los tribunales en los conflictos legales entre empresas del sector y espera que con el tiempo el mercado se nivele.

**POR JORDI VELERT**  
↑

Luis Labad preside la Asociación de Perfumería y Cosmética (Apce), que agrupa a empresas de perfumería como Equivalenza. Además, Labad es consultor y colabora con varias empresas del sector, como La Botica de los Perfumes. La Apce es una patronal de ámbito europeo que defiende los intereses de empresas y profesionales que apuestan por renovar el sector de la perfumería, con modelos verticales que integren la producción, la distribución y la comercialización. La organización empresarial-apuesta por acercar esta industria a nuevos modelos de negocio, de la misma manera que ya lo han hecho sectores como la alimentación o el transporte aéreo. De reciente fundación, la

Apce ha sido crítica con otras patronales del sector, como la Federation des Entreprises de Beauté (Febea), porque consideran que actúan con poca rigurosidad a la hora de informar a los consumidores sobre los nuevos modelos de distribución de perfumería con el único fin de mantener una posición de liderazgo en el mercado.

## ¿Cuándo y por qué ponen en marcha la Asociación Europea de Perfumería y Cosmética?

La asociación surge en 2015 con el fin de dar apoyo a una serie de empresas y profesionales que entonces estaban surgiendo en un segmento que se diferencia de los parámetros tradicionales que existían en el propio sector.

## ¿Cuántas empresas están asociadas? ¿Sólo de España o también de otros países?

Rondamos las ocho empresas asociadas y los simpatizantes son muchos: despachos de abogados que ayudan a los asociados en internacionalización o institutos de formación, entre otros. Tenemos colaboradores en otros países europeos, como Italia y Portugal, y queremos que la asociación se vaya adentrando en toda la Unión Europea.

## Como nuevo lobby de la industria de la perfumería, ¿qué cuestiones específicas defienden?

Queremos hacernos oír porque hay una demanda constante de cambios dentro del consumo, nuevas formas de venta y nuevas formas de llegar al gran



**“La Apce nace porque hay una demanda de cambios en el consumo, nuevas formas de venta y de llegar al gran público”**

**“Antes de lanzarse al ecommerce hay que tener en cuenta factores como la logística o el tiempo de entrega al cliente”**

**“El sector no tiene más remedio que dar satisfacción al cliente y las nuevas generaciones son más exigentes”**

# LUIS LABAD

**PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE PERFUMERÍA Y COSMÉTICA EUROPEA**

público. Se trata de intentar aunar y reivindicar esta parte del sector que está surgiendo de una forma muy potente. Hay que recordar que este sector da muchos puestos de trabajo y genera muchas expectativas en muchos jóvenes y en mucha gente que quiere introducirse en él.

## **¿Considera que la perfumería es un sector aún tradicional?**

La perfumería, como otros sectores, está siendo objeto de muchos cambios. Los consumidores ahora demandan otro tipo de posibilidades, satisfacción a la hora de la compra o los nichos. Aquí no se quita ni a uno ni a otro. Se trata de que hay que reconocer que hay cosas que últimamente han cambiado, que están y que van a seguir.

## **¿Cómo ha cambiado el consumidor?**

El consumidor se ha hecho más exigente en general, pide una serie de respuestas a aquello que compra. También es más conocedor del sector. Ese cliente demanda una serie de esfuerzos que antes no se hacían y a los que hay que dar satisfacción, esfuerzos en cuanto a mejorar las condiciones de la compra, la calidad y los precios justos. No puede ser que se sigan vendiendo las cosas al precio de siempre. Los consumidores demandan una serie de técnicas de venta que requieren un esfuerzo mayor.

## **¿Hay recorrido para engrosar el mercado de la perfumería, que genera una cifra de negocio de 1.500 millones de euros al año en España?**

Por supuesto, hay un gran recorrido. Por eso desde la asociación se hace este trabajo de intentar mejorar, asesorar, ayudar, estructurar toda esta parte del sector que se ha creado.

## **Hay otras organizaciones empresariales que defienden al sector en el ámbito español y europeo. ¿En qué se diferencia su discurso de las demás?**

Nuestro discurso no se diferencia en nada. Lo que damos es voz a una serie de empresas y profesionales. Ni nos diferenciamos ni nos dejamos de diferenciar de las demás.

## **¿Pero por qué impulsan la patrobna si ya existían otras?**

Surgimos porque creíamos que un ideal renovado también vendría bien. Se promueve velar por la calidad, más que por otro tipo de cosas, y dar un aire nuevo a las pocas asociaciones que existen en este sector. Es una más, no tiene más pretensiones que eso. Creamos una nueva porque creemos que es interesante que se cree, por nada más.

## **¿Cuáles considera que han sido los cambios más significativos que se han producido en este sector en los últimos años?**

Ha cambiado el concepto del consumidor. Lo que hemos notado desde hace unos años es que el consumidor se rige por otros parámetros diferentes a por los que antiguamente se regía.

## **¿Considera que hay reticencia por parte de negocios más tradicionales para adaptarse a las nuevas directrices del negocio?**

No, no hay reticencia. Lo que creo que hay son problemas de adaptación. Las formas tradicionales evolucionan, lo que pasa es que unos evolucionan más deprisa y otros evolucionan más despacio. En todos los sectores en general se está comprobando que hay que hacer bancarios. En el sector bancario antes habían muchas oficinas y ahora hay muy pocas porque hay muchas opciones digitales que están dando satisfacción a ese cliente que ya no funciona como antiguamente. Al final todos se adaptarán a lo que el mercado está demandando.

## **¿Cree que todos los modelos de negocio en perfumería son válidos?**

A lo mejor excepcionalmente habría que decir qué tipos de modelo de empresa son válidos. Desde la asociación defendemos que hay una serie de valores y hojas de ruta que tienen que seguir nuestros asociados. Apostamos por que la calidad de los productos prime.

## **En los últimos años ha habido conflictos entre empresas por los perfumes de equivalencia.**

Son las empresas las que tienen que resolverlos

y acatar lo que tengan que acatar. Desde la asociación no entramos en ese tipo de asuntos.

## **¿Faltan reglas de juego más claras en el sector?**

El tiempo ayudará a que todo esto se nivele, se aclare, y que todas las empresas sigan funcionando. Estamos expectantes con todo lo que pasa en el mercado, pero nuestra función es la de velar por la asociación y por los asociados.

## **¿Qué posicionamiento tiene la asociación al respecto?**

Respetar y acatar todas las resoluciones judiciales que se puedan dar cuando una empresa tiene un conflicto con otra empresa.

## **¿Tiene cabida el ecommerce en la perfumería?**

Por supuesto. Creemos que se está potenciando y estamos ayudando a simpatizantes y colaboradores que están interesados en el desarrollo de plataformas de ecommerce. Hay muchos más factores aparte de los productos que se venden: el transporte, la logística, el tiempo de entrega o el servicio al cliente, entre otros. Tiene mucho que ver la calidad pero tienes que tener una serie de apoyos a la hora de lanzarte al ecommerce.

## **¿Cómo ve el sector dentro de diez años?**

Lo veo mucho más asentado. La parte del sector que está dando satisfacción a este tipo de cliente más preocupado por una serie de cosas por las que a lo mejor antes no se preocupaba. El sector tendrá más innovaciones en *ecommerce* y más globalización.

## **¿Qué buscará el consumidor del futuro?**

Van a poder convivir todas las pretensiones de los consumidores. Va a haber un gran esfuerzo de adaptación de las empresas. Veo muy interesantes el campo de los perfumes de nicho. El sector no tiene más remedio que dar satisfacción al cliente y las nuevas generaciones son más exigentes. **m**