

Garrofé crea la nueva imagen de la cosmética genómica de Prima-Derm

Uniendo ciencia y *luxury*: packaging para one.gen/0,1, cosmética personalizada

Josep Maria Garrofé



El reto de crear una marca de cosmética personalizada está precisamente en la forma de transmitir exclusividad, calidad y sobriedad a través del concepto, el diseño, los materiales y los acabados.

Es lo que ocurrió cuando asumimos la creación del proyecto one.gen/0,1, un producto de cosmética genómica que ofrece un tratamiento único según el ADN de cada persona. La obtención de un Premio Líderpack gracias a este trabajo, fue la guinda perfecta de este proyecto. Pero el proyecto de one.gen/0,1 abarcó mucho más allá de la creación de un packaging, fue una labor de branding de 360° desde la creación del concepto de marca, el naming y el logo hasta la identidad visual, el packaging y todos los elementos que acompañan a la marca.

La compañía española Prima-Derm, autora de este producto de cosmética personalizada, buscaba una estética Premium que llamase la atención por su elegancia y pureza. El producto es

entregado por un médico, por lo que su imagen debía transmitir profesionalidad y un riguroso carácter científico.

Por este motivo el challenge del proyecto fue crear una identidad de marca y un packaging que fusionasen ciencia y belleza manteniendo un equilibrio entre ambos. En Garrofé quisimos apostar por una identidad visual aséptica, pero que incorporase un toque importante de sofisticación, muy orientada hacia el sector de la cosmética dermatológica.

El concepto de marca de una cosmética única

La Cosmética Genómica Personalizada ha abierto un nuevo camino en el mundo



de la belleza basado en el conocimiento de los genes y la implicación que tienen en nuestra piel. Se trata de productos exclusivos creados para una única persona, que actúan justo donde cada piel lo necesita.

La compañía española Prima-Derm, autora de one.gen/0,1 es experta en cosmética molecular y por ello el reto del proyecto incluía la responsabilidad de potenciar su rigor científico y su expertise, algo que se debía reflejar desde en el naming hasta en el packaging físico.

A la hora de concebir el nombre del producto era importante incluir el concepto de personalización, característica fundamental de one.gen/0,1. Por ello, basándonos en el pequeño porcentaje genético que diferencia a unas personas de otras, propusimos un nombre de marca que transmitiese esa exclusividad e incluyese el concepto de “gen”, que es la base de la cosmética genómica.

El logo identificativo de one.gen/0,1 fue creado con una tipografía serif de rasgo fino y racional transmite al mismo tiempo delicadeza y elegancia. Para reforzar el concepto de genética la palabra “gen” incorpora el estilo bold y va seguida del concepto 0,1 que acentúa el porcentaje que diferencia la genética de cada persona (0,1%).

El tag line de la marca, “my skin expression”, es la pura definición que resume el brand essence de la marca. A su vez, el concepto lleva implícita una imagen Premium que llama la atención por su estilo, sobriedad y pureza, al tratarse de un producto de cosmética “luxury”, que al mismo tiempo transmite profesionalidad y confianza.

Un packaging a la altura del producto más exclusivo

La exclusividad de un producto como one.gen/0,1 requería la creación de un

packaging que transmitiese al cliente su gran componente de cosmética de lujo. Para ello creamos un diseño de tonos blancos y líneas asépticas, que incorporaba toques en plata y gris.

El resultado fue un packaging sobrio y con estilo que conseguía reforzar ese carácter innovador que supone one.gen/0,1 dentro del mundo de la cosmética. Al mismo tiempo, lo posicionaba como un producto de calidad, potenciando el prestigio de la marca y su larga experiencia en este campo.

El diseño estructural y el acabado del packaging de one.gen/0,1 se presenta al cliente como un "luxury kit". Su estructura está formada por una tapa exterior blanca que incorpora un acabado aterciopelado soft touch, un componente que aporta y sugiere delicadeza. Cuando el cliente abre la caja descubre un segundo nivel donde se encuentra una tarjeta explicativa personalizada con el nombre del paciente, y un tercer nivel donde están colocados los productos que forman el tratamiento cosmético.



El sistema de apertura del pack provoca en el cliente la experiencia de descubrir "su propio tratamiento personalizado", transmitiendo esa exclusividad que supone un producto cosmético creado especialmente para una única persona. De este modo, en Garrofé conseguimos crear un packaging que identifica los valores principales de one.gen/0,1: el carácter Premium y el rigor científico en una cosmética de alta gama. ■

Josep Maria Garrofé es CEO de Garrofé Brand&Pack (Barcelona), agencia de diseño especializada en branding, packaging y diseño estructural. El proyecto de one.gen/0,1 es un gran ejemplo de la importancia que tienen la estética, la identidad de marca y el packaging a la hora de concebir una marca y su capacidad para potenciar los valores de su producto.



Innovating Naturally



TECHNOTRAF  A Quadpack Company

Technotraf Wood Packaging S.L.
Polígon Fabra i Coats, 2
08571 Sant Vicenç de Torelló
Barcelona (Spain)

T +34 938 593 403
F +34 983 593 000

hello@technotraf.com
technotraf.com